جامعة الجزائر3

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية

التجــارة الالكترونيــة، تحدياتــها و آفاقــها فــي الجزائــر

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

تخصص: تحليل اقتصادي

إعداد الطالبة: **قندوز فاطمة الزهراء**

تحت إشراف: **أ. د. طواهر محمد التوهامي**

لجنة المناقشة:

السنة الجامعية 2012 – 2013

كلمة شكر و تقدير

بعد شكر الله سبحانه و تعالى،

أتقدم بشكري و امتناني الكبيرين لأستاذي القدير "طواهر محمد التوهامي" على قبوله الإشراف على هذه الأطروحة و على ما قدمه لي من توجيهات قيمة.

و أتقدم بشكري و تقديري لكل من قدم لي يد المساعدة، من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل و أخص بالذكر المساعدات و التوجيهات التي قدمها لي زملائي الأساتذة.

كما أتوجه بشكري إلى كل أفراد عائلتي الذين ساعدوني لإنجاز هذا البحث.

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى:

- زوجي الذي ساندني لإنجاز هذه الأطروحة
- الوالدين العزيزين
- أولياء زوجي و الإخوة و الأخوات
- ابنتي منال و ابني أنيس.
- جميع الأساتذة الذين ساعدوني لإنجاز هذه الأطروحة و خاصة الأستاذ المشرف " طواهر محمد التوهامي"
- و كل الزملاء و الأصدقاء.

ملخص

لقد حاولنا في هذه الأطروحة بحث و دراسة التحديات و الآفاق المرجوة من التجارة الالكترونية في الجزائر، لذلك قمنا في مرحلـة أولى بدراسة مفهوم التجارة الالكترونية و مدى أهميتها على مستويات مختلفة ثم تعرضنا في مرحلـة ثانيـة إلى تحليل المتطلبات الضرورية التي تقوم عليها إستراتيجية التجارة الإلكترونية وهذا من خلال دراسة وتحليل تجربة دوليتين في التجارة الالكترونية، الأولى لدولة متطورة (كندا) و الثانية لدولة نامية (تونس)، و توضيح أبرز التحديات والمعوقات التي تواجهها في تطبيق التجارة الالكترونية، و ذلك حتى نتمكن من الاستفادة من هذه التجارب و نتمكن كذلك من تحديد أهم المتطلبات الإستراتيجية التي تمكن الدول النامية و المتأخرة في هذا المجال من اعتمادها.

وانطلاقا من هذا التحليل، قمنا في مرحلة ثالثة بإسقاط هذه الدراسة على الجزائر و ذلك بعد عرض بنيتها التحتية و تحديد أهم المعوقات و التحديات التي تواجهها في هذا المجال. لقد قمنا كذلك باقتراح إستراتيجية وطنية للتجارة الالكترونية بما يتماشى مع الواقع الجزائري.

و أظهرت نتائج هذه الدراسة، الأهمية البالغة للتجارة الالكترونية و تطورها السريع وآثارها المستقبلية المحتملة على إعادة تشكيل الهياكل الاقتصادية التقليدية. كما أشارت البيانات والإحصاءات إلى مدى تأخر الجزائر في هذا المجال مقارنة مع نظيراتها من الدول و مقارنة بالمعايير الدولية.

و بينت هذه الدراسة كذلك، العديد من المعوقات والتحديات التي تواجهها الجزائر و التي ينبغي العمل على تذليلها حتى نستفيد من تطبيقات التجارة الإلكترونية لما لها من الآثار الايجابية على مختلف القطاعات الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية:

التجارة الالكترونية، الحكومة الالكترونية، الصيرفة الالكترونية، الفجوة الرقمية، البنية التحتية ، تكنولوجيا المعلومات، إستراتيجية التجارة الالكترونية.

Résumé

Cette thèse a pour objectif l'étude des défis et des perspectives du commerce électronique en Algérie. Pour atteindre cet objectif, nous avons essayé dans une première phase, d'étudier et de déterminer les principaux concepts utilisés dans le commerce électronique et le degré de son importance à différents niveaux.

Dans une deuxième phase, nous avons déterminé les principes fondamentaux et les conditions nécessaires pour la mise en place d'une bonne stratégie du commerce électronique en Algérie. Cette analyse a été réalisée grâce à l'étude de deux expériences internationales dans ce domaine : la première, celle d'un pays en voie de développement (Tunisie), la seconde, celle d'un pays développé (Canada), et la discussion des grands défis et des principales contraintes rencontrés par ces pays dans l'application du commerce électronique.

Cette analyse permet de profiter de ces deux expériences et d'identifier les besoins stratégiques pouvant permettre aux pays en voie de développement ou ceux ayant un retard dans ce domaine, comme l'Algérie, pour une éventuelle application du commerce électronique.

A partir de cette analyse, nous avons essayé dans une troisième phase, de projeter cette étude sur l'Algérie et ce après avoir passé en revu ses infrastructures de base et après avoir défini les principales contraintes et les grands défis auxquels est confronté notre pays dans le domaine du commerce électronique.

Ainsi s'explique pourquoi il est nécessaire de proposer ici une stratégie nationale pour le commerce électronique adaptée à la réalité algérienne.

A cet effet, il faut souligner que les résultats de cette étude ont permis de relever la grande importance du commerce électronique, son développement rapide et ses implications éventuelles sur la refonte des infrastructures économiques traditionnelles.

Notons aussi que toutes les données et tous les indicateurs économiques ont montré le retard accusé par l'Algérie dans ce domaine par rapport à la plupart des pays en voie de développement et par rapport aux normes internationales.

Cette étude a montré enfin que l'Algérie est confrontée à un grand nombre d'obstacles et de défis qu'il faudra surmonter afin de tirer profit des applications du commerce électronique, surtout en ce qui concerne ses impacts positifs pour les différents secteurs économiques.

<u>Mots-clés:</u>

Le commerce électronique, le gouvernement électronique, monétique, la fracture numérique, les infrastructures, technologies de l'information, stratégie e-commerce.

الفهرس

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

المقدمة العامة

لقد شهد العالم انفتاحا و تطورا تكنولوجيا هائلا في أداء الأعمال، ساعد على التحول من الأسلوب التقليدي في عقد الصفقات، إنجاز الأعمال و الاتصال إلى الأسلوب الحديث الذي يعتمد على استخدام الأجهزة و الأدوات التي تدار بشكل رقمي.

و في ظل هذه التطورات التي يشهدها الاقتصاد الرقمي زادت أهمية التجارة الالكترونية كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، و كان لها الدور الأكبر في عولمة الاقتصاد من خلال الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالانترنيت، وأصبحت التجارة الالكترونية واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية.

لقد فتحت التجارة الالكترونية فرصا كبيرة أمام المؤسسات و الأفراد، حيث أصبح بإمكان المؤسسات الكبيرة، المتوسطة و حتى الصغيرة الوصول إلى أسواق جديدة، لم يكن بالإمكان الوصول إليها مسبقا لولا وجود التجارة الالكترونية، كما ساهمت في تخفيض مختلف التكاليف و اختصار الوقت. و كما هو الحال بالنسبة للمؤسسات، فإنه أصبح بإمكان الأفراد الخروج من الحيز المكاني المحيط بهم و الشراء من أي مكان في العالم عن طريق الانترنيت، بأقل الأسعار و بأفضل النوعيات، و بالتالي أصبح لديهم القدرة على ممارسة دور فعال في تحسين الخدمات و السلع المعروضة من ناحية النوعية و السعر على حد سواء.

و نظرا لمزايا التجارة الالكترونية، تسعى العديد من الدول إلى تعظيم دورها خصوصا في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها نظرا لتأثير هذه التجارة على الأسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الالكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والأفراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم.

و الجزائر بلد مثل باقي الدول النامية تسعى منذ بداية التسعينات الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، و الاهتمام بتطوير تكنولوجيا المعلومات، و تنفيذ مشروع الحكومة الالكترونية محاولة بذلك تحقيق أولى خطواتها للدخول في الاقتصاد الرقمي و بناء مجتمع المعلومات.

وفي ظل النمو الاقتصادي البطيء التي تعيشه الجزائر أضحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية وكذلك تطوير قطاعاتها الإنتاجية

المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي. ولكن لا ندري إذا حظي مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر بالاهتمام اللازم من قبل الحكومة و من قبل المؤسسات، و إذا كانت البنى التحتية الضرورية لإقامتها من بنية تحتية رقمية، تنظيمية، مصرفية، تشريعية و بشرية قد تم تطويرها.

– أهمية الدراسة:

تعتبر التجارة الالكترونية من أهم سمات الاقتصاد الرقمي القائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي يجب أن تهتم بها الدول النامية بصفة عامة و الجزائر بصفة خاصة كي تواكب البيئة الحديثة وما تفرضه من تطورات مختلفة. ونتيجة لذلك تكمن أهمية هذه الدراسة في ما يلي:

– يمكن للتجارة الإلكترونية أن تصبح عاملا مؤثرا في نمو الاقتصاد الجزائري وتعزيز تجارتها الخارجية، و و وسيلة هامة في زيادة المقدرة التنافسية من تسويق للمنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات.

- يعتبر موضوع التجارة الالكترونية من مواضيع الساعة نظرا لحداثته و مزايا تطبيقاته.
- تعتبر الجزائر من الدول المتأخرة في هذا المجال و أصبح مشروع التجارة الالكترونية ضرورة حتمية يجب عليها أن تأخذه بعين الاعتبار للحاق بالدول التي سبقتها في هذا المجال و تستعد لتهيئة اقتصادها وبيئتها ومؤسساتها للتحول إلى الاقتصاد الرقمي و توفير متطلباته من بنية تحتية رقمية، تشريعية، تنظيمية، مالية و بشرية.
- نظرا للمزايا التي توفرها التجارة الالكترونية للمؤسسات و الأفراد من خفض التكاليف، توفير الوقت، الوصول إلى أسواق جديدة و تحسين الجودة؛
- نظرا لغياب أي مشروع أو إستراتيجية وطنية واضحة لتبني مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر؛
- نظرا لغياب الوعي و الإدراك بمزايا التجارة الالكترونية على كل المستويات؛

- نظرا للنقص الفادح في الدراسات و البحوث المتعلقة بموضوع التجارة الالكترونية في الجزائر نظرية كانت أم ميدانية.

- **أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة عموما إلى تحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية و إلقاء الضوء على مدى استعداد الاقتصاد الجزائري لتطبيق التجارة الالكترونية و تحديد أهم المعوقات و التحديات التي تقف في وجه انتشارها، و ذلك من خلال دراسة البيئة العامة و البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر و مقارنتها مع تجارب دولية في هذا المجال. و في الأخير تهدف هذه الدراسة إلى إيجاد الحلول المناسبة لمواجهة التحديات التي تقف أمام تطبيق مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر.

كما تهدف هذه الدراسة إلى:

1- دراسة تحليلية موضوعية لتجربة دولة متطورة ودولة نامية، فيما يخص بيئتها، جاهزيتها و إستراتيجيتها في مجال التجارة الإلكترونية، و النتائج التي وصلت إليها و مقارنة أولويات الإستراتيجية التي تركز عليها الدول النامية و الدول المتطورة.

2- استنتاج و تحديد المتطلبات الأساسية لإستراتيجية وطنية لتبني التجارة الالكترونية على مستوى الدول النامية، و ذلك من أجل إسقاط نتائجها على حالة الجزائر.

3- دراسة البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر و التي تشمل: البنية التحتية الرقمية، التنظيمية، المصرفية، التشريعية و البشرية.

4- تحديد أهم التحديات والعقبات التي تواجه الجزائر من خلال تطبيق مشروع التجارة الإلكترونية.

5- اقتراح الحلول المناسبة لتخطي التحديات و العقبات التي تفرضها التجارة الالكترونية في الجزائر.

- الإشكالية:

تعرف التجارة الالكترونية نموا مطردا على مستوى الدول المتطورة، و تتفق معظم التقديرات على أن حجمها سوف يزداد كثيرا المستقبل و من المتوقع تزايد التفاوت في حجم التجارة الالكترونية بين الدول المتقدمة و الدول النامية، و يرجع هذا التفاوت بالدرجة الأولى إلى الفجوة الرقمية الموجودة بينهما و إلى المشاكل و العوائق التي تعاني منها الدول النامية بصفة عامة و الجزائر بصفة خاصة و التي تحد من قدرتها على تبني مشروع التجارة الالكترونية. و من خلال ما سبق يمكن صياغة المشكلة في التساؤل التالي:

في ظل العوامل التي تؤثر في تطبيق التجارة الالكترونية و البيئة العامة لها في الجزائر، هل يمكن تبني مشروع التجارة الالكترونية، و كيف يمكن التغلب على التحديات و العوائق التي تقف أمامها؟

من خلال هذه الإشكالية يمكننا طرح الأسئلة الفرعية التالية:

1 – تعتبر التجارة الالكترونية وسيلة حديثة لتنفيذ الأعمال التجارية، فأين يكمن الاختلاف بينها و بين التجارة التقليدية؟

2– هل الأولويات التي تقوم عليها إستراتيجية التجارة الالكترونية في الدول المتقدمة تختلف عن الدول النامية، و إذا كان كذلك ما هو سبب ذلك؟

3 – هل يمكن تبني مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر، و هل البيئة العامة مهيأة لنجاحها ؟

4 – ما هي الحلول و الآفاق المناسبة لمواجهة التحديات التي تفرضها التجارة الالكترونية في الجزائر بما تتلائم مع الأوضاع الحالية للبلاد؟

- **الفرضيات:**

حتى نتمكن من الإجابة على الإشكالية و الأسئلة الفرعية نطرح الفرضيات التالية:

1 – تعتبر التجارة الالكترونية جزء من الاقتصاد الالكتروني، و قد لا تختلف عن التجارة التقليدية سوى في التقنية أي بأدوات ممارستها و طبيعة العلاقات الناشئة في ظلها، هذا ما يجعلها تخلق تحديات جديدة أبرزها التحديات الرقمية، المصرفية، التشريعية، الضريبية و الجمركية.

2 – إن الفجوة الرقمية الموجودة بين الدول المتقدمة و الدول النامية قد تجعل هناك اختلاف في أولويات إستراتيجية التجارة الالكترونية بين الدول المتقدمة و الدول النامية.

3 – إن تبني مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر يتوقف على البيئة العامة التي تنشأ فيها هذه التجارة، و لكن ربما أن هذا المشروع يبقى صعب التنفيذ و هذا نظرا للتأخير الذي تشهده الجزائر في مجال تكنولوجيا المعلومات و وسائل الدفع الالكترونية، و في تنفيذ مشروع الحكومة الالكترونية و كذا نقص القوانين التي تنظم جميع المعاملات الالكترونية.

4 – إن تبني مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر قد يتطلب بالدرجة الأولى إرادة حكومية قوية و ذلك من خلال وضع إستراتيجية وطنية لتطبيق التجارة الالكترونية و توفير جميع متطلباتها التحتية اللازمة لتطبيقها و التركيز على تحسيس كل الأعوان الاقتصاديين اتجاه هذا النوع من التجارة.

- **منهج الدراسة:**

حتى نتمكن من الإجابة على إشكالية البحث، تحليل أبعادها، و محاولة إثبات صحة الفرضيات المتبناة و الوصول إلى الأهداف المرجوة، اعتمدنا على المنهج الاستقرائي و ذلك عند التطرق إلى جميع المفاهيم المتعلقة بالتجارة الالكترونية و استعنا بالمنهج الوصفي للدراسة الخاصة لكل تجربة دولية و ذلك من خلال وصف الإستراتيجيات المتبعة و مختلف البنى التحتية و النتائج المتوصل إليها، كما اعتمدنا عليه عند دراسة حالة الجزائر و ذلك من خلال عرض وضعية البنية التحتية التي تتطلبها التجارة الالكترونية، للوصول في الأخير إلى تحديد المحيط العام للتجارة الالكترونية في الجزائر.

- **مبررات اختيار الموضوع:**

تتمثل مبررات اختيار موضوع الأطروحة في الاعتبارات التالية:

- رغبة دراسة مفهوم التجارة الالكترونية و تحديد مزاياها على مستويات مختلفة؛
- التطور السريع للتجارة الالكترونية في العالم و النتائج الإيجابية المحققة من خلالها؛
- الرغبة في دراسة تجارب دولية مختلفة في مجال التجارة الالكترونية تساعدنا على رسم إستراتيجية مناسبة للجزائر.
- المساهمة في إثراء موضوع التجارة الالكترونية خاصة فيما يتعلق بالجزائر؛
- الوصول إلى نتائج و توصيات تساهم في دعم تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر؛

- **مجال و حدود الدراسة:**

حتى نتمكن من تحليل موضوع التجارة الالكترونية بصورة دقيقة، لا بد من تحديد مجال الدراسة و ذلك كما يلي:

- **الإطار الزمني:**

نظرا لحداثة موضوع التجارة الالكترونية ، فإنه تم دراسة هذا الموضوع ابتداء من نهاية الثمانينات وبداية التسعينات و ذلك فيما يخص ظهور التجارة الالكترونية و الانترنيت و تطورهما في العالم، أما فيما يخص دراسة حالة الجزائر، فإننا اعتمدنا على المراجع و المعلومات و الإحصائيات الحديثة أي ابتداء من نهاية التسعينات.

- **الإطار المكاني:**

من أجل تحليل موضوع التجارة الالكترونية، ركزنا على دراسة تجارب دولية، حيث تطرقنا إلى تجربتين لدولتين، الأولى متطورة و هي كندا، و الثانية دولة نامية و هي تونس، كما تطرقنا في هذه الدراسة إلى تجارب دولية أخرى فيما يخص بعض إستراتيجيات متطلبات التجارة الالكترونية، مثل الإستراتيجية التايلندية في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، تجربة الفلبين فيما يخص

مشاريع تكوين الإعلام الآلي، و تجربة سنغافورة فيما يخص الحكومة الالكترونية، بالإضافة إلى تجارب دولية أخرى.

كما تطرقنا إلى دراسة حالة الجزائر باعتبارها محل الدراسة لهذا الموضوع، من خلال عرض البيئة العامة للتجارة الالكترونية على مستوى البلد.

– الدراسات السابقة للموضوع:

إن الدراسات السابقة لموضوع التجارة الالكترونية بصفة عامة متعددة منها من تركز على الجانب النظري من مفاهيم و أنواع و خصائص التجارة الالكترونية، و منها من تركز على الجانب التقني و الفني لتطبيقات التجارة الالكترونية و منها من تركز على الجانب القانوني و حماية الأطراف المتعاملة فيها، ومنها من تركز على واقع التجارة الالكترونية في العالم بصفة عامة، و لكن الدراسات الدقيقة و الخاصة بتجارب الدول النامية و المتطورة في التجارة الالكترونية و إستراتيجياتها تبقى جد محدودة، و كذلك واقع البيئة العامة للتجارة الالكترونية في الجزائر و مؤشراتها و كل العوامل المرتبطة بها تعتبر قليلة جدا، و هذا ما حاولنا إضافته من خلال هذه الدراسة.

و من أهم الدراسات السابقة التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بهذا الموضوع نذكر ما يلي:

- رسالة دكتوراه دولة للباحث إبراهيم بختي، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير، تخصص علوم اقتصادية، 2002، تحت عنوان "دور الانترنيت و تطبيقاته في مجال التسويق– دراسة حالة الجزائر–. من خلال هذه الأطروحة قام الباحث بتبيان كيفية استخدام الانترنيت في أنشطة و إستراتيجية المؤسسة و ما يقدمه لها من ميزة تنافسية و فرص متاحة، و ركز على دراسة تأثير الانترنيت على وظيفة التسويق بالمؤسسة بمفهومها الواسع و توصل إلى أن إدراج الانترنيت ليس ممكنا فقط بل هو ضروري و يعطي نتائج جيدة. كما قدم الباحث أفكار و تصاميم تخص التجارة الالكترونية تتلاءم مع الأوضاع الاقتصادية للجزائر.

- رسالة دكتوراه للباحث عبده نعمان الشريف، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير، تخصص إدارة الأعمال ، 2008–2009، تحت عنوان " الحكومة الالكترونية كإستراتيجية لإعادة صياغة دور الدولة و وظائف مؤسساتها، الواقع و التحديات – حالة دول مجلس التعاون الخليجي– ". حاول الباحث من خلال هذه الأطروحة دراسة مشروع الحكومة الالكترونية و بيان مفهومها و الوقوف على دورها كإستراتيجية جديدة تساعد على إعادة النظر في دور الدولة و وظائف مؤسساتها و كذا الوقوف على التحديات التي تواجه تطبيقها في الحاضر و المستقبل. و قام الباحث بوضع إستراتيجية و منهجية لتطبيق الحكومة الالكترونية يمكن تطبيقها في أي دولة في العالم و قام بإسقاط الدراسة و الإستراتيجية على واقع التطبيق في دول مجلس التعاون الخليجي كدراسة حالة ليصل إلى صورة لما ستحدثه عملية تطبيق الحكومة الالكترونية من تغيير على الإدارة في هذه الدول. و وصل إلى نتيجة و هي: أن الحكومة الالكترونية تصلح لأن تكون إستراتيجية متكاملة للتغيير تعمل على إعادة صياغة دور الدولة بشكل فاعل كما أنه من السهل التغلب على التحديات التي تواجه تطبيق الحكومة الالكترونية في مختلف الدول بشكل عام إذا توافرت الإرادة السياسية لدى القادة و التشريعات و القوانين و الدعم المادي و التقني للمشروع.

- رسالة دكتوراه في التسويق للباحث محمد سليمان عواد، تحت عنوان تطوير إستراتيجية لتبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات الأردنية، كلية العلوم الإدارية و المالية العليا، عمان، حاول الباحث من خلال هذه الأطروحة تطوير إستراتيجية لتبني تطبيقات التجارة الالكترونية من قبل الشركات الأردنية و قد حددت هذه الدراسة العوامل الرئيسية لتبني تطبيقات التجارة الالكترونية و صنفها إلى ثلاث مجموعات رئيسية من العوامل هي: الحوافز المدركة، المعوقات المدركة و المنافع المدركة، و قد اقترحت الدراسة نموذجا لاختبار العلاقات بين مستوى تبني التجارة الالكترونية في الشركات الأردنية و هذه العوامل.

و قد أشارت النتائج الرئيسية لهذه الدراسة إلى أن مستوى تطبيقات التجارة الالكترونية المستخدمة من قبل الشركات الأردنية بشكل عام متدنيا، و مرتبطا بالحوافز المدركة (تحديدا دور الحكومة و مزودو خدمات التجارة الالكترونية في تشجيع الشركات على تبني هذه التطبيقات)، و بالمعوقات

المدركة (تحديدا المعوقات التنظيمية، المالية، البيئية، السلوكية و القانونية) و كذلك بالمنافع المدركة (تحديدا المنافع المباشرة و المنافع الاجتماعية).

- رسالة ماجستير مقدمة من قبل الباحث سامي حسن موسى حامد، جامعة اليرموك، قسم الاقتصاد، 2004 ، تحت عنوان "قضايا و تحديات التجارة الالكترونية في الأردن"، تناولت الدراسة واقع التجارة الالكترونية في الأردن من حيث البيئة العامة، البنية التحتية للتجارة الالكترونية، بالإضافة إلى جاهزية المؤسسات و أهم تطبيقات التجارة الالكترونية محليا، و ذلك من خلال البنية التحتية للاتصالات، الموارد البشرية، الأمن و الحماية، التشريعات القانونية، وسائل الدفع الالكترونية، الأسواق و العمليات الالكترونية، الوعي و ثقافة الانترنيت و أخيرا دور القطاعات المختلفة و خصوصا القطاع الحكومي.

و وصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود تطوير إستراتيجية شاملة للتجارة الالكترونية على المستوى الوطني تشترك فيه جميع الأطراف المعنية في إعداد خططها و برامجها، كما يجب العمل على تحفيز المجتمع على الانخراط في التجارة الالكترونية و إعادة النظر في جميع التحديات التي يقف أمام تطبيق التجارة الالكترونية.

- رسالة ماجستير للباحث رشيد علام، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ببريطانيا في إدارة الأعمال، فرع تجارة الكترونية، 2009-2010، تحت عنوان:"عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي- دراسة حالة الجزائر-. من خلال هذه الدراسة تطرق إلى ظاهرة تقنية المعلومات و التجارة الالكترونية و إلى أهم انجازاتهما في تاريخ البشرية، كما تناولت هذه الدراسة تأثير التجارة الالكترونية على الاقتصاد بكافة قطاعاته، سواء على مستوى قطاع الأعمال أو القطاع الاستهلاكي أو على مستوى الاقتصاد ككل.

تطرق الباحث كذلك إلى واقع التجارة الالكترونية في العالم و ركز على الدول العربية و كذا واقعها في الجزائر، و وقف أمام أهم العوائق التي تقف أمام تطور التجارة الالكترونية في الجزائر.

- دراسة للباحث عابد بن عابد العبدلي، قسم الاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية- جامعة أم القرى، مكة المكرمة، مقدم للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، تحت عنوان التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية (الواقع – التحديات – الآمال)، حاولت هذه الدراسة معرفة مدى أهمية ظاهرة التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات والاتصالات على نواحي الحياة المعاصرة لاسيما الجوانب الاقتصادية منها، مع التركيز على تحليل واقع الدول الإسلامية، أعضاء منظمة المؤتمر الإسلامي، وكذلك مناقشة أبرز التحديات والمعوقات التي تواجهها في تطبيق هذه التقنيات، واستعراض أهم المجالات التي يؤمل من البلدان الإسلامية أن تستفيد من تطبيقات التجارة الإلكترونية فيها. وقد أظهرت نتائج الدراسة الأهمية البالغة لهذه الثورة المعلوماتية و تطورها السريع، وآثارها المستقبلية المحتملة على إعادة تشكيل الهياكل الاقتصادية التقليدية. كما أشارت البيانات والإحصاءات إلى مدى تأخر الدول الإسلامية في هذا المجال، وذلك من خلال استعراض المؤشرات ذات العلاقة بتقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية مقارنة مع نظيراتها من الدول النامية أو مقارنة بالمعايير الدولية. وقد أوضحت الدراسة العديد من المعوقات والتحديات أمام هذه الدول والتي ينبغي العمل على تذليلها في سبيل الإفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية لما لها من الآثار الايجابية على مختلف قطاعاتها الاقتصادية.

- **صعوبات الدراسة:**

يعتبر موضوع التجارة الالكترونية من المواضيع الحديثة خاصة في الجزائر، و التي تعتبر محل الدراسة و لكن واجهتنا مجموعة من المشاكل أهمها:

- الدراسات المتعلقة بالموضوع على مستوى الجزائر تكاد تكون معدومة سواء على مستوى الجامعات أو على مستوى الهياكل الحكومية المتخصصة في الدراسات و الأبحاث.

- نقص الإحصائيات المتعلقة بالموضوع في الجزائر مثل الإحصائيات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات، و حتى إن وجدت تكون إحصائيات قديمة و متناقضة بين مرجع و آخر خاصة على مستوى الانترنيت.
- عدم اهتمام بعض المصالح الحكومية ذات الصلة بموضوع التجارة الالكترونية و بالتالي عدم تعاونهم مع الباحث للوصول إلى بعض المعلومات و الإحصائيات.

- **خطة البحث:**

من أجل تحليل هذا الموضوع و الوصول إلى النتائج المبتغاة، قسمنا بحثنا هذا إلى مقدمة ، ثلاث فصول و خاتمة، و ذلك على النحو التالي:

الفصل الأول تحت عنوان التجارة الالكترونية في ظل الاقتصاد الرقمي: سوف يتم التطرق فيه إلى ماهية الاقتصاد الرقمي و كذا التجارة الالكترونية، نشأتها، الفرق بينها و بين التجارة التقليدية و كذلك أصنافها و فوائدها، كما سوف نوضح آليات الدفع في التجارة الالكترونية و التحديات القانونية و الضريبية التي تواجهها.

الفصل الثاني تحت عنوان التجارة الالكترونية، تجارب، إستراتيجية و متطلبات: سوف نتناول في مبحثه الأول تجارب دولية في التجارة الالكترونية (التجربة الكندية و التجربة التونسية)، و في مبحثه الثاني نتناول إطار و هيكل إستراتيجية التجارة الالكترونية و التباين في متطلباتها بين الدول أما في المبحث الثالث فسوف نبين متطلبات التجارة الالكترونية في الدول النامية و بعض تجاربها.

الفصل الثالث تحت عنوان تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر و آفاقها، سوف نتطرق في المبحث الأول إلى واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، و بنيتها التحتية من بنية تحتية رقمية، مصرفية، تشريعية، تنظيمية و بشرية. ثم في المبحث الثاني نقوم بتحديد العوائق و التحديات التي تواجهها التجارة الالكترونية في الجزائر و في المبحث الثالث سوف نتطرق إلى آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر.

و أخيرا الخاتمة، سنتناول النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة و نبين صحة أو عدم صحة الفرضيات و كذلك التوصيات اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر.

الفصل الأول

التجـــــارة الالكتـــرونيـــة

في ظـل الاقتصـــاد الرقمـــي

تمهيد:

لقد شهد العالم انتشارا واسعا للتقنيات الحديثة و أصبحت تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات المحرك الرئيسي لكثير من المعاملات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية. و نتيجة لهذه التطورات ظهر ما يسمى بالاقتصاد الرقمي القائم على الانترنيت و الاتصالات، و قد أسهم ذلك في توسيع دائرة المعاملات الاقتصادية بين دول العالم و كذا المعاملات التجارية من خلال التجارة الالكترونية و التي تشكل بدورها إحدى إفرازات الاقتصاد الرقمي.

و لقد سمحت التجارة الالكترونية للمؤسسات ممارسة نشاطها بطريقة لم تكن متاحة من قبل و أصبح الحديث عن هذا النمط الجديد من التجارة أمرا مهما نظرا للمزايا التي تعود بها على الأطراف المتعاملة بها من منتجين، مستهلكين، شركات، إدارات و حكومات. فقد تحول عدد كبير من هذه الأطراف إلى ممارسة نشاطها التجاري عبر شبكة الانترنيت و ذلك لتسهيل الاتصال و خفض العمليات الورقية و الاحتكار البشري و خفض تكاليف التشغيل و زيادة كفاءة العمليات، كما تمكن التجارة الالكترونية الشركات من أن تصبح أكثر كفاءة و مرونة في عملياتها التجارية ،أن تعمل بشكل أوثق مع مورديها و أن تستجيب بشكل أفضل لحاجات و توقعات عملائها، و تتيح التجارة الالكترونية كذلك مجالا أفضل لهذه الشركات في اختيار و انتقاء أفضل الموردين بغض النظر عن موقعهم الجغرافي و في بيع منتجاتهم في الأسواق العالمية. و تشير الإحصائيات إلى تزايد تواجد المؤسسات الصغيرة و الكبيرة على الانترنيت مما يدل على إقبالها على هذا الشكل الجديد من التجارة و هي التجارة الالكترونية.

و الحقيقة أننا نعيش مرحلة تحول جذرية من شأنها إعادة ترتيب سياسات و أولويات القرن الجديد ، حيث تتيح الثورة الرقمية بدائل جديدة و شركات جديدة يمكنها أن تصل إلى الأسواق العالمية برأسمال محدود.

ومن خلال تطلعنا و استفسارنا على مفاهيم و أبعاد الاقتصاد الرقمي و التجارة الالكترونية وجدنا تعدد في هذه المفاهيم و في الطبيعة العلمية لها، لذلك بات من المهم التطرق إلى هذا الموضوع من كل جوانبه بحيث نخصص هذا الفصل لدراسة المفاهيم المرتبطة بالاقتصاد الرقمي و التجارة الالكترونية، و مختلف القضايا المتعلقة بها و نعالج ذلك من خلال أربعة مباحث:

المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي

المبحث الثاني: ماهية التجارة الالكترونية

المبحث الثالث: آليات الدفع في التجارة الالكترونية

المبحث الرابع: التحديات القانونية و الضريبية التي تواجهها التجارة الالكترونية

المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي

نظرا للتطورات التي حصلت في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، ظهرت مفاهيم جديدة من أهمها مفهوم الاقتصاد الرقمي الذي ألغى العديد من الحواجز القائمة على بعد المادية كالمسافات و الحدود الجغرافية، و الأبعاد و الجوانب المادية للمنتجات موضوع التبادل مما أدى إلى ظهور ما يعرف بالمنتجات الرقمية. كل هذا ساعد على دخول العالم الافتراضي للأعمال و تحويل النشاط الاقتصادي من نشاط تقليدي إلى نشاط افتراضي، مما ساهم في تغيير الخريطة الجغرافية للأسواق.[1]
كما يعتمد الاقتصاد الرقمي على المعرفة التي تعتبر هي المنتج و في الوقت نفسه مدخل من مدخلات إنتاج معارف جديدة.

و بالتالي أهم ما يميز هذا العصر أن متطلبات العمل و النجاح فيه تغيرت مع تغير شكل المنافسة التي أصبحت تتعلق بشكل مباشر بحيازة المعلومة و سرعة التكيف معها.

لذا ينبغي في بداية هذا المبحث التطرق إلى جميع المفاهيم المتعلقة بالاقتصاد الرقمي.

المطلب الأول: مفهوم الاقتصاد الرقمي و خصائصه

إن التطور السريع في أنظمة الاتصالات وما نتج عنه من انتشار سريع لاستخدام وسائط تكنولوجيا المعلومات و استخدام الوسائط الإلكترونية المختلفة وما أحدثه من تغير في أساليب حياة

---

[1] فاتح مجاهدي، الاقتصاد الرقمي و متطلباته، مداخلة في الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف ، الجزائر، يومي 04-05- 12-2007 .

الإنسان ، أدى بشكل مباشر إلى تغيير في أساليب ووسائل تنفيذ الأنشطة الاقتصادية ، وأنتج نوع جديد من الاقتصاد عرف بالاقتصاد الرقمي أو اقتصاد المعلومات.

الفرع الأول: مفهوم الاقتصاد الرقمي

يشير الاقتصاد الرقمي إلى الاقتصاد القائم على الانترنيت أو اقتصاد الواب، و هو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أو المعلومة الرقمية، الزبائن الرقميين، الشركات الرقمية، التكنولوجيا الرقمية و المنتجات الرقمية.[2]

نقصد بالاقتصاد الرقمي التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة، وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى بما يحقق الشفافية الفورية والإتاحة لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما.[3]

كما يمثل الاقتصاد الرقمي نشاط مركب و معقد مبني على قواعد علمية واضحة تكون نتيجة الحصول على عناصر ذات قيمة اقتصادية و اجتماعية.[4]

كما يعرف الاقتصاد الرقمي على أنه ذلك الاقتصاد الذي يتزايد فيه حضور ووزن المعلومات في المخرجات النهائية و المدخلات الوسطى على حد سواء، وإذ يبيح التقدم في تقنية الحوسبة والاتصالات الولوج المباشر والسريع للمعلومات أينما وجدت.[5]

---

[2] نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية "الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات"،المملكة العربية السعودية: دار المريخ، 2004، ص 88.

[3] فريد راغب النجار ، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، الإسكندرية: مؤسسة الشباب الجامعية، 2004 ، ص 11.

[4] الداوي الشيخ ، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة، الجزائر، مجلة علوم الاقتصاد و التسيير و التجارة، عدد 17-03- 2008، ص 12.

[5] عبيدلي العبيدلي، دول الخليج وأحلام يقظة الاقتصاد الرقمي، يومية الوسط، العدد 338 الأحد 10 أغسطس 2010.
http://www.alwasatnews.com/338/news/read/341496/1.html

و تعني الفجوة الرقمية كذلك اللامساواة أمام إمكانيات بلوغ المعلومة و المعرفة و الشبكات، و كذا الاستفادة من مقدرات التنمية الهائلة التي توفرها تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات[6]

و بالتالي يمكن القول أن الاقتصاد الرقمي هو الاقتصاد المبني على القيمة المضافة المتولدة من معالجة المعلومة وتحويلها من مادة صماء إلى منتج أو خدمة ذات فائدة للمجتمع أولا، وتتراكم إلى ثروة معرفية ثانيا، وتمتلك مقومات وإمكانات ديناميكية للتطور ثالثا.

و يساعد الاقتصاد الرقمي على زيادة اندماج اقتصاد الدولة في الاقتصاد العالمي و زيادة فرص التجارة العالمية و الوصول إلى الأسواق العالمية و القطاعات السوقية التي كان من الصعب الوصول إليها في الماضي، كما يحسن الاقتصاد الرقمي من العلاقات بين الموردين و المصدرين و المنافسين و مختلف المتعاملين.

الفرع الثاني: خصائص الاقتصاد الرقمي

يتميز الاقتصاد الرقمي بنشر تكنولوجيا المعلومات في جميع القطاعات و على جميع المستويات و هذا يسمح ببناء الحكومة الالكترونية، المؤسسة الالكترونية،البنوك الالكترونية و الإدارة الالكترونية.

و من أهم خصائص الاقتصاد الرقمي ما يلي:

– يسمح استخدام التقنية الملائمة خلق أسواق و منشآت افتراضية تلغى فيها حدود المكان و الزمان، و مثال ذلك التجارة الالكترونية التي توفر الكثير من المزايا، منها تخفيض التكلفة،رفع الكفاءة و السرعة في انجاز المعاملات على مدار الساعة و على نطاق العالم. و نتيجة لذلك ينصب التركيز أولا على تطوير الأسواق و الشراكة و التحالف الاستراتيجي مع أطراف خارجية قبل التركيز على تطوير المنتجات.

– يعتمد نجاح ونمو الاقتصاد الرقمي على قدرة الأفراد والمؤسسات على المشاركة في شبكات المعلومات ومواقع الأنترنات المختلفة ، ويتطلب الاشتراك الفعال في تلك الشبكة وفي الاقتصاد الرقمي ضرورة توفير البنية التحتية في الاقتصاد ، وانخفاض تكلفة ورسوم تلك الخدمات وتوفر

---

[6] صاحي عثمان، الدول العربية ضمن الدول الفقيرة معلوماتيا، جريدة الشرق العربي الأوسط، العدد 2573، 2005

الآلات والأجهزة والمعدات والمهارات والتعليم والتدريب وتوفر الموارد المالية واستخدام الأموال الإلكترونية مثل بطاقات الائتمان.

– تؤثر تكنولوجيا المعلومات على درجة المنافسة وأساليبها وتحسين المراكز التنافسية ،ويختلف هيكل السوق وفق درجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاقتصاد الرقمي وذلك على المستويين المحلي والدولي ، ويجب أن تتكامل تكنولوجيا المعلومات مع منظومات وقطاعات الاقتصاد المختلفة وخاصة التصنيع والتدريب والتعليم والخدمات المالية والمصرفية والاستثمارية.

– تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا أساسيا في زيادة معدلات النمو الاقتصادي وفي الاستثمارات الرأسمالية والتجارة الإلكترونية الداخلية والخارجية ، وتؤثر الانترنت على أساليب أداء المعاملات التجارية وأساليب العمل.

– يمكن التحكم في المعلومات بالاستخدام الفعال للمعلومات وتوظيفها لخدمة القرارات والسياسات الاقتصادية ، ويوفر الاقتصاد الرقمي المعلومات عن طريق تعلم كيفية تحديد اختيار المصادر المناسبة للمعلومات الأساسية والهامة أي أداء إدارة الصادر والوارد من المعلومات بطريقة أكثر كفاءة وتأثير. و هناك عدة أنواع من المعلومات:

- المعلومات الإلكترونية وتشمل البريد الإلكتروني والانترنت والمواد المسجلة على أشرطة الفيديو والمعلومات الموجودة على الأقراص الصلبة أو المرنة.
- المعلومات المنطوقة منها المكالمات الهاتفية والحوارات.
- المعلومات المطبوعة مثل التقارير والفاكسات.
- التنبؤات التكنولوجية.

ويوفر الاقتصاد الرقمي المعلومات المثالية من حيث الحداثة والكفاءة والأهمية والدقة وإمكانية التحقق من صحتها ، ويحقق الاقتصاد الرقمي السيادة في إقناع الآخرين ودعم القرارات.

المطلب الثاني: الاقتصاد الرقمي و الفجوة الرقمية بين الدول

شهد هذا العصر ثورة هائلة في تقنية المعلومات والاتصالات بصورة فاقت كل التوقعات وأصبحت تقنية المعلومات والاتصالات المحرك الرئيس للتغيير الاجتماعي والاقتصادي والسياسي على المستوى العالمي، كما شهد الاقتصاد العالمي نوعاً من التحولات والسباق بين الشركات الرائدة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، لابتكار وتطوير الخدمات الإلكترونية التجارية التي باتت ضرورة بالنسبة للتعاملات اليومية سواء للشركات أو للدوائر الحكومية في المجالات المختلفة.

الفرع الأول: أسباب الفجوة الرقمية

هناك العديد من الأسباب وراء اتساع الفجوة الرقمية بين الدول النامية و الدول المتقدمة و يمكن تصنيف هذه الأسباب فيما يلي:[7]

1 – الأسباب المالية والاقتصادية:

و تتجلى في:

أ- ارتفاع تكلفة توطين تكنولوجيا المعلومات و إنشاء البنى التحتية الخاصة بإقامة شبكات اتصالات على النطاق الواسع ذات السعة العالية لتبادل البيانات باستخدام الألياف الضوئية.

ب- في الوقت الذي تميل فيه الدول المتقدمة إلى التكتل (كالاتحاد الأوروبي و مجموعة الثمانية...) تتجه فيه الدول النامية و العربية إلى التفكك مما يجعلها عرضة للسيطرة الخارجية.

ت- فرض عقوبات اقتصادية على بعض الدول النامية و العربية.

ث- احتكار الشركات الكبرى و المتعددة الجنسيات لأسواق التجارة العالمية.

ج- تكلفة الملكية الفكرية التي تضيف أعباء ثقيلة إلى فاتورة التنمية المعلوماتية، خاصة في ظل الاتفاقات و التشريعات التي تفرضها المنظمة العالمية للتجارة.

ح- انحياز التكنولوجيا اقتصاديا إلى جانب الأقوى على حساب الضعيف، حيث تتناسب تكلفة الاتصالات عكسيا مع مستوى الدخل في العالم، فكلفتها في البنغلاديش – على سبيل المثال- أضعاف تكلفتها في الولايات المتحدة الأمريكية، كما أن تصميم المنتجات التكنولوجية و خدماتها

---

[7] العمري محمد علي، مظاهر الثورة الرقمية و نتائجها، مجلة aclamonline ، العدد 26، نوفمبر- ديسمبر 2005.

معدة لتلبي احتياجات مستخدميها في الدول المتقدمة، و عادة ما تكون مواصفاتها لا تتلاءم و متطلبات مستخدميها في الدول النامية.

2- الأسباب التكنولوجية و العلمية: و تنحصر في:

أ- التطور السريع و المذهل للتكنولوجيات الحديثة كتطور الاتصالات و البرمجيات.

ب- تنامي الاحتكارات التكنولوجية.

ت- شدة الاندماج المعرفي (الاندماج العلمي، الاندماج الفني و التكنولوجي، الاندماج الاتصالي- الإعلامي).

ث- تفاقم الانغلاق التكنولوجي، و من أبرز مظاهره تفشي ظاهرة الصناديق السوداء لتسهيل الاستخدام و بقاء السر التكنولوجي حكرا على من يملك مفاتيحه.

3- الأسباب الاجتماعية و الثقافية: يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

أ- ارتفاع نسبة الأمية و عدم تكافئ فرص التعليم.

ب-الضعف اللغوي و الذي يؤدي إلى الفجوة اللغوية و بالتالي إلى الفجوة الرقمية.

ت-غياب الثقافة العلمية و التكنولوجية.

4- الأسباب السياسية: و من أبرز هذه الأسباب:

أ- صعوبة وضع سياسات التنمية المعلوماتية و ذلك لشدة تداخل أمور التنمية المعلوماتية مع العديد من مجالات التنمية الاجتماعية الأخرى، مما يجعل المسؤولين السياسيين حائرين بين قناعاتهم بأهمية التنمية المعلوماتية، و بين كيفية إدراجها ضمن الأولويات (كالغذاء و السكن و التعليم و الصحة).

ب- انحياز المنظمات الدولية إلى صف الكبار: معظم المنظمات الدولية أسست من طرف الدول المتقدمة، و بالتالي عادة ما تملك حق الفيتو فيها، مما يخول لها الحق أن توافق إلا على القرارات التي تكون في صالحها.

ت- سيطرة الولايات المتحدة الأمريكية على المحيط الجيومعلوماتي خاصة فيما يتعلق بالانترنيت، و من أكبر مظاهر هذه السيطرة تشبثها بأن تحتكر مؤسسة ICANN الأمريكية مسؤولية تسيير المهام الأساسية للانترنيت التي تشمل إدارة الموارد الرئيسية للبنية التحتية للشبكة بما فيها مجموعة

الكمبيوترات القاعدية الموكل إليها تنظيم قواعد اللعبة الشبكية و توصيف بروتوكولات تبادل المعلومات عبرها.[8]

الفرع الثاني: الفجوة الرقمية بين الدول المتطورة و الدول النامية

شهد القرن الواحد والعشرين ثورة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ثورة فاقت كل التوقعات وأحدثت تغيرات سياسية واقتصادية واجتماعية، حيث أصبح مجتمع هذا القرن يعتمد على المعلومات بشكل كبير و غير متناهي الحدود حتى صار يطلق عليه بمجتمع المعلومات.

ومن سمات مجتمع المعلومات اعتماده على المعلومات التي هي الركيزة الأساسية والمصدر الرئيسي في اتخاذ القرارات و ركن من أركان التقدم في جميع المجالات، لذلك فمن يملك المعلومات في وقتنا الحاضر فقد ملك زمام القوة والسيطرة والتحكم، و من هذا المنطلق ظهرت الفجوة الرقمية خلال السنوات القليلة الماضية.

الفجوة الرقمية هو تعبير يستخدم للدلالة على الهوة التي تفصل بين من يمتلكون المعرفة والقدرة على استخدام تقنيات المعلومات والكومبيوتر والإنترنت، وبين من لا يمتلكون مثل هذه المعرفة أو هذه القدرة ، ذلك أن المجتمع أصبح ينقسم على هذا النحو، بالإضافة إلى انقساماته التقليدية الأخرى على أسس طبقية واجتماعية واقتصادية.

و يمكن التعبير عن هذه الفجوة من خلال مجموعة من المؤشرات يمكن من خلالها قياس الفجوة الرقمية منها مؤشر الكثافة الاتصالية الذي يقاس بعدد الهواتف الثابتة و النقالة ، و مؤشر التقدم التكنولوجي الذي يقاس بعدد الكمبيوترات وعدد مستخدمي الانترنت وحيازة الأجهزة الالكترونية وما شابه ذلك. و فيما يلي بعض الإحصائيات التي تعبر عن الفجوة الرقمية:

[8] المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، ضمان الاستثمار، نشرة فصلية، العدد الثاني، السنة الرابعة و العشرون، 2006.

الجدول رقم 01: عدد خطوط الهاتف الثابت و المحمول في العالم و نسبتها لحجم السكان لسنة 2009

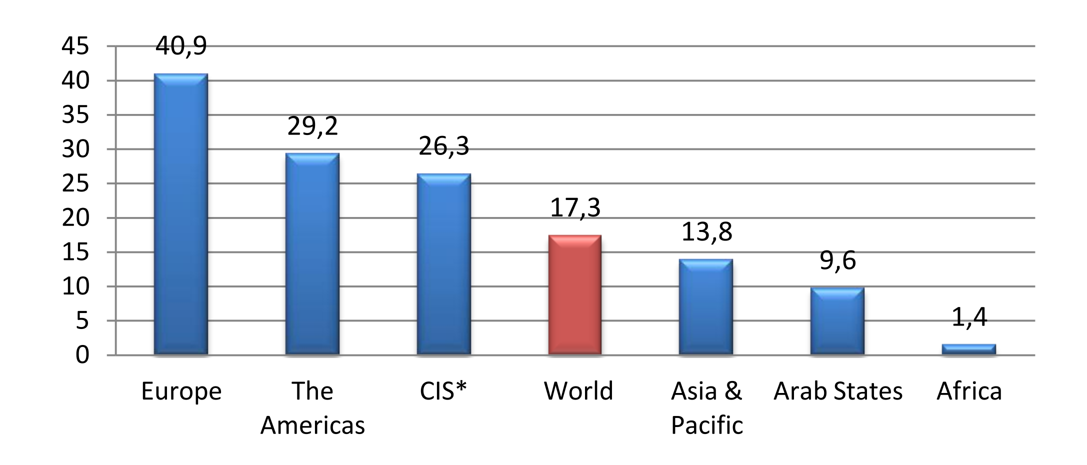
البلد	حجم السكان	الهاتف الثابت	النسبة	الهاتف المحمول	النسبة
كندا	33487208	18250000	54,50	21455000	64,07
الجزائر	34178188	3314000	9,70	31871000	93,25
أستراليا	21262641	9370000	44,07	22120000	104,03
الأرجنتين	40913584	9 631 000	23,54	46509000	113,68
البحرين	1047000	220000	21,01	1400000	133,72
البرازيل	198739269	41141000	20,70	150641000	75,80
الولايات المتحدة الأمريكية	307212123	150000000	48,83	270000000	87,89
استونيا	1299371	4981000	38,33	2525000	194,32
الدنمرك	5500510	2487000	45,21	6551000	119,10
فرنسا	64057792	35909000	56,06	59259000	92,51
إيطاليا	58126212	20031000	34,46	88580000	152,39
الفلبين	97976603	3905000	3,99	68102000	69,51
تونس	10486339	1239000	11,82	8569000	81,72
تايلاند	65998436	7024000	10,64	62000000	93,94
المغرب	31285174	2991000	9,56	22816000	72,93
ألمانيا	82329758	51500000	62,55	107245000	130,26
اليابان	127078679	47579000	37,44	110395000	86,87
ماليزيا	25715819	4292000	16,69	27125000	105,48
الأردن	6269285	519000	8,28	5314000	84,76
ليبيا	6324357	1033000	16,33	4828000	76,34
إثيوبيا	85237338	908900	1,07	3168000	3,72
مصر	78866635	12011000	15,23	41272000	52,33
التشاد	10329208	13000	0,13	1809000	17,51
موريتانيا	3129486	76400	2,44	2092000	66,85
جيبوتي	724622	10800	1,49	55000	7,59
الكمرون	18879301	198300	1,05	6161000	32,63
بنجلادش	156050883	1390000	0,89	45750000	29,32

Source: Economy Watch, United States USA Telephone Statistics: Number of Fixed Lines, Mobile Phone Penetration Rate, consulté le 07-01-2011 à 22:05, sttp://www.economywatch.com/economic-statistics/Bangladesh/Telephone_Statistics/

من خلال هذا الجدول نلاحظ تباين كبير بين الدول من حيث عدد خطوط الهاتف الثابت و المحمول، في الدول المتقدمة هناك تقريبا خط هاتف ثابت لكل شخصين مثل كندا (54,50%)، فرنسا (56,06 %) و الولايات المتحدة الأمريكية (48,83 %)، في الدول النامية مثل مصر (15,23%)، ليبيا (16,33 %) و الجزائر بنسبة (9,7 %) فإن نسبة خطوط الهاتف الثابت إلى عدد السكان تبقى جد محتشمة و ذلك نظرا لتكلفة المكالمات الهاتفية المرتفعة و كذا نتيجة لظهور الهاتف المحمول الذي راج التعامل به في كل الدول حيث أن نسبة عدد خطوط الهاتف المحمول إلى عدد السكان يفوق 60 % في معظم الدول و فاق 100 % في كثير منها، و تبقى النسبة جد ضعيفة في الدول المتخلفة مثل بنجلادش بنسبة (29,32 %)، التشاد بنسبة (17,51 %) و جيبوتي بنسبة (7,59 %).

و هذا ما يوضحه كذلك الشكل البياني رقم 01 لعدد خطوط الهاتف الثابت لكل 100 شخص حسب القارات لسنة 2011، حيث تحتل قارة أوروبا أعلى نسبة (40,9 %) و تليها الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة (29,2 %) أما قارة إفريقيا تقع في آخر مرتبة بنسبة (1,4 %) و من هنا تظهر الفجوة الرقمية الموجودة بين الدول و حتى بين القارات حيث يوجد فرق بنسبة (39,9 %) بين الدول الإفريقية و الدول الأوروبية.

الشكل رقم 01 : عدد خطوط الهاتف الثابت لكل 100 شخص حسب القارات سنة 2011



Source: ITU World telecommunication / ICT indicators database, consulté le 23-01 -2013 à 19 :45 http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE/Indicators/Indicators.aspx

أما عن عدد مستخدمي الانترنيت فهو مؤشر من مؤشرات الفجوة الرقمية ، من خلال الجدول رقم 02 نلاحظ أن النسب جد متفاوتة بين الدول المتطورة و الدول النامية و تقع أمريكا الشمالية في أول مرتبة بنسبة (78,6 %)، تليها أستراليا بنسبة (67,6 %) ثم أوروبا بنسبة (63,2 %)، و في دول الشرق الأوسط نسبة استعمال الانترنيت متوسطة (40,2 %) مقارنة بالدول الإفريقية بنسبة جد ضعيفة (15,6 %).

جدول رقم 02: تطور عدد مستعملي الانترنيت حسب المناطق في العالم بين سنة 2000 و 31 جوان 2012

المناطق	حجم السكان 2012	عدد مستعملي الانترنيت (31 ديسمبر 2000)	عدد مستعملي الانترنيت حتى 30 جوان 2012	نسبة استعمال الانترنيت لحجم السكان
إفريقيا	1 .073.380.925	4,514,400	167.355.676	15.6 %
آسيا	3.922.066.987	114,304,000	1.076.681.059	27.5 %
أوروبا	820.918.446	105,096,093	518.512.109	63.2 %
الشرق الأوسط	223.608.203	3,284,800	90.000.455	40.2 %
أمريكا الشمالية	348.280.154	108,096,800	273.785.413	78.6 %
أمريكا اللاتينية	593.688.638	18,068,919	254.915.745	42.9 %
أستراليا	35.903.569	7,620,480	24.287.919	67.6 %
المجموع في العالم	7.017.846.922	360,985,492	2.405.518.376	34.3 %

Source: Internet World Stats, World Internet Users and Population Stats, consulté le 20-02-2013 à 17:15 http://www.internetworldstats.com/stats.htm

و مما سبق نستنتج أن الفجوة الرقمية ستبقى قائمة رغم كل جهود التطوير والتحديث التي تقوم بها بلدان العالم النامية و المتخلفة ويسيطر العالم المتطور على نسبة كبيرة جداً من نشاط شبكة الإنترنت، إذ يقدر بأن ثمانية وسبعين بالمائة من المواقع على الشبكة هي باللغة الإنجليزية، و تشكل مواقع التجارة الإلكترونية باللغة الإنجليزية على الإنترنت نسبة ستة وتسعين بالمائة من مجموع مواقع

التجارة الإلكترونية، و وفوق ذلك فإن ما يقرب من سبعين بالمائة من مجموع المواقع القائمة على الشبكة إنما هي مواقع وُضعت في الولايات المتحدة، وغالبيتها العظمى باللغة الإنجليزية[9].

المبحث الثاني: ماهية التجارة الالكترونية

يعتبر مصطلح التجارة الالكترونية (Commerce Electronique) من المصطلحات الحديثة جدا في عالم المال و الأعمال، و قد كان أول ظهور لهذا المصطلح في بداية السبعينيات في مجال البنوك و العمليات المصرفية بهدف التحويل الالكتروني للأموال (Electronic – EFT Transfer Fund) فيما بينها، و مع بداية الثمانينات أصبح التبادل الالكتروني للبيانات (EDI) (Electronic Data Interchange) و البريد الالكتروني (Electronic Mail – E-mail) هما الوسيلة المستخدمة للتبادل بين وحدات الأعمال بهدف رفع كفاءة العمل من خلال تنظيم الأعمال الكترونيا و التقليل من الأعمال اليدوية، و مع بداية التسعينات أصبح التبادل الالكتروني للبيانات جزءا متمما للعمل لدى المنظمات، و قد ساعد ذلك على انتشار الأعمال التجارية على نطاق واسع و أصبحت التجارة الالكترونية وسيلة رخيصة لإتمام الأعمال، و واقعا ملموسا لا يمكن تجاهله سواء على مستوى المنظمات أو على مستوى الدول .

و قبل التطرق إلى تعريف التجارة الالكترونية، سنحاول إلقاء الضوء على الجانب التاريخي لها أي نشأة التجارة الالكترونية و التطورات التي شهدتها ابتداء من سنوات الستينات، و من تم نقوم بعرض أهم التعريفات التي عالجت موضوع التجارة الالكترونية وفي الأخير عرض أوجه التشابه و الاختلاف بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية و منه نقسم هذا المبحث إلى:

المطلب الأول: مفاهيم حول التجارة الالكترونية

المطلب الثاني: التجارة الالكترونية في ظل الاقتصاد الرقمي

---

[9] عبيدلي العبيدلي، ردم الفجوة الرقمية ليست مسألة تقنية، صحيفة الوسط البحرينية، العدد 345، الأحد 17 أغسطس 2003،ص 14.

المطلب الأول: مفاهيم حول التجارة الالكترونية

لقد غير الانترنيت وجه عالم التجارة و الأعمال و ساهمت هذه الشبكة العالمية في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الالكترونية و التي تمثل واحدة من التعبيرات الجديدة التي دخلت حياتنا بقوة و أصبحت تتداول في الاستخدام العادي لتعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

غير أنه مثل أي ظاهرة اقتصادية جديدة فإن مفهومها يبقى غامضا و غير محددا للعديد من الناس و الباحثين، فالعديد منهم يرون أن التجارة الالكترونية ما هي إلا شراء سلعة عبر شبكة الانترنيت، إلا أن هذه النظرة تعتبر محدودة نظرا للإمكانيات الجديدة التي تمنحها التجارة الالكترونية على كل المستويات. لذلك من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى مجموعة من المفاهيم و الخصائص المتعلقة بموضوع التجارة الالكترونية.

الفرع الأول: نشأة التجارة الالكترونية

يرجع مفهوم التجارة الالكترونية إلى بداية السبعينات من القرن العشرين باستخدام شركات أمريكية شبكات خاصة تربطها بعملائها و شركائها، و في أوائل السبعينات بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية بالتحويلات الالكترونية للأموال (EFT)، لكن مدى التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة و بعض الشركات[10]، و بعد ذلك ظهر شكل جديد للتجارة الالكترونية بفرنسا عن طريق المينتال (Minitel) إلا أن الفرنسيون لم يطوروه للاستعمال الدولي و اقتصروا فيه على الاستعمال الفرنسي الداخلي، و في نفس الفترة تولت الحكومة الأمريكية قيادة البحث العلمي لتطوير البنية التحتية المعلوماتية بهدف إقامة نظام المتاجرة الالكترونية حيث تم إنشاء لجنة ASC التي عرفت أيضا بلجنة (12x) تحت إشراف المعهد الوطني الأمريكي للمعايير(ANSI) و ذلك سنة 1979، و وصلت هذه اللجنة إلى تقنية جديدة سميت بـ "نظام تبادل البيانات الكترونيا" (EDI Electronic

---

[10] عبد الحميد بسيوني، التجارة الالكترونية، القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، 2003، ص 56 .

Data Interchange) الذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى.

و في أوائل الثمانينات بدأ انتشار البريد الالكتروني في الأعمال و أصبح بديل فعال و سريع للبريد التقليدي و الفاكس يعتمد عليه رجال الأعمال و المؤسسات أكثر فأكثر، و بدخول شبكة الانترنيت في الخدمة العامة في النصف الأول من التسعينات ثم ظهور و نمو شبكة الويب خلال النصف الثاني من التسعينات بدأت الشركات باستعراض و إنشاء مواقع ويب لعرض أنشطتها و منتجاتها.

وفي جوان 1997 أصدر الرئيس الأمريكي الإطار المتكامل لمشروع البنية التحتية للمعلوماتية الكونية راسما فيه مستقبل التجارة الإلكترونية التي تقودها أمريكا، و في مارس 1998 تقدمت أمريكا إلى المنظمة العالمية للتجارة بطلب لإدراج التجارة الالكترونية على جدول الأعمال للتفاوض على اتفاقية متعددة الأطراف حولها وقدمت مشروعا لذلك الغرض.

في مايو 1998 صدر عن المنظمة العالمية للتجارة إعلان عن التجارة الالكترونية الكونية وقرر المؤتمر الوزاري في دورته الثانية حث المجلس العام على وضع برنامج عمل متكامل لدراسة الجوانب المتعلقة بالتجارة الالكترونية الكونية، آخذا بعين الاعتبار الآثار الاقتصادية والمالية واحتياجات الدول النامية وتقديم تقرير عن سير العمل إلى الدورة الثالثة، وتم وضع القانون النموذجي للتجارة الالكترونية لتستعين به الدول في صياغة قوانينها الوطنية بالإضافة إلى صياغة قانون نموذجي حول التوقيع الالكتروني، وأيضا وفي سبتمبر 1998 وضع المجلس العام للمنظمة العالمية للتجارة برنامج عمل التجارة الالكترونية لكل من مجلس التجارة في الخدمات ومجلس التجارة في السلع ومجلس لجنة التجارة والتنمية في المنظمة. [11]

في جويلية 1999 قدمت المجالس تقريرها عن اتفاقية التجارة الالكترونية إلى المجلس العام للمنظمة، وفي 5 جويلية 2001 تم اعتماد القانون النموذجي بشأن التواقيع الالكترونية للجنة الأمم المتحدة وهو القانون التجاري الدولي الأونسترال.

---

[11] طارق طه، التسويق بالإنترنيت و التجارة الالكترونية، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة،2007، ص 336

هذا فيما يخص نشأة التجارة الالكترونية أما فيما يخص تطورها، فلقد مرت التجارة الالكترونية عبر حقبتين زمنيتين عرفا بالتجارة الالكترونية حقبة أولى و حقبة ثانية، و فيما يلي موجزهما:[12]

– **الحقبة الأولى:**

و تشير إلى تلك الحقبة الزمنية الممتدة من عام 1995 حتى عام 2000، و هي التي شهدت نموا متفجرا في التعاملات الالكترونية و المعتمدة أو الموجهة بالتقنية ، حيث كان تركيز منظمات الأعمال منصبا بصفة أساسية على نمو العائد من تلك التعاملات و ذلك من خلال تبني استراتيجيات تعتمد على التواجد الالكتروني الفوري الخاص في غيبة ملموسة للتشريعات الحكومية المختلفة و المنظمة للأعمال الالكترونية.

– **الحقبة الثانية:**

و تتمثل في الحقبة الزمنية التي بدأت من عام 2001 حتى وقتنا هذا، حيث شهدت تحولات في نمط التعاملات و ذلك بتركيز منظمات الأعمال على تنمية الأرباح من خلال تبني استراتيجيات مختلطة أي تعتمد على التواجد المادي للمنظمة في السوق و تواجدها الالكتروني على شبكة الانترنيت، في ظل تشريعات حكومية منظمة للأعمال الالكترونية. و يوضح لنا الجدول الآتي مقارنة موجزة بين مرحلتي التطور التاريخي للتجارة الالكترونية:

جدول رقم 03 : مقارنة بين مرحلتي التطور التاريخي للتجارة الالكترونية

وجه المقارنة	الحقبة الأولى	الحقبة الثانية
التركيز	على عائد التعاملات	على الأرباح طويلة الأجل
الإستراتيجيات	تعتمد على التواجد الالكتروني الفوري الخالص على الانترنيت	تعتمد على التواجد المادي للمنظمة في السوق و تواجدها الالكتروني على شبكة الانترنيت
التشريعات	غياب التشريعات الحكومية المنظمة للأعمال الالكترونية	وجود تشريعات حكومية منظمة للأعمال الالكترونية

المرجع : طارق طه، التسويق بالإنترنيت و التجارة الالكترونية، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2007، ص 337.

[12] نفس المرجع السابق

الفرع الثاني: مفهوم التجارة الالكترونية

لقد تعددت المفاهيم المتعلقة بالتجارة الالكترونية، فكل مفهوم ينظر إليها من منظور معين بعضها يميل إلى التضييق و بعضها يميل إلى التوسيع فيما يندرج تحت هذا المفهوم الاقتصادي من أنشطة و معاملات و ممارسات، و في هذا الفرع سنقوم بعرض مجموعة من التعريفات، من خلالها سنحاول الوصول إلى تعريف شامل للتجارة الالكترونية:

– " تعني التجارة الالكترونية قيام الأطراف التجارية باستخدام وسائل الاتصال الحديثة كالحاسب الآلي و شبكات الانترنيت لتبادل المعلومات لإتمام الأعمال و إبرام الصفقات بحيث يتم الاتفاق على المشروعات بين أطراف و مناطق منفصلة جغرافيا و لكن يتم تجميع مقوماتها من حيث الخبرة و العمالة و الموارد و الإمكانات من خلال الاتفاقات التجارية التي تعقد عبر شبكة الانترنيت" [13].

– التجارة الالكترونية تتمثل في مجموعة من العمليات التجارية التي تتم عبر شبكة الويب، أي أنها استخدام للانترنيت في ابتكار و إدارة و تطوير العلاقات التجارية في أي وقت و في أي مكان عبر العناصر التالية: التعاون، البيع، الشراء، تصميم و تطوير المنتج و التسويق.[14]

–"التجارة الإلكترونية هي شراء و بيع السلع عبر شبكة الانترنيت و الشبكات التجارية العالمية الأخرى، و لا يقتصر مفهوم السلعة على البضائع، بل يشمل الخدمات و المعلومات و برامج الكمبيوتر أيضا"[15].

– " التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء و بيع البضائع و الخدمات و المعلومات عبر شبكة الانترنيت و الشبكات التجارية العالمية الأخرى و يشمل ذلك: الإعلانات عن السلع و البضائع و الخدمات، علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء و البيع و خدمات ما بعد البيع، التفاعل و التفاوض بين البائع و المشتري، عقد الصفقات و إبرام العقود، سداد الالتزامات المالية و دفعها، عمليات توزيع و تسليم السلع و متابعة الإجراءات، الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن، تبادل البيانات إلكترونيا (EDI). بما في ذلك كتالوجات الأسعار، المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع و الشراء، الاستعلام عن السلع، الفواتير الالكترونية، التعاملات المصرفية [16].

---

[13] عليوه السيد، التجارة الإلكترونية و مهارات التسويق العلمي ، القاهرة: دار الأمين للنشر و التوزيع، 2002، ص 11.

[14] مصطفى يوسف كافي، التجارة الإلكترونية، دمشق: دار و مؤسسة رسلان، 2010 ، ص 8.

[15] محمد أحمد أبو القاسم، التسويق عبر الانترنيت، القاهرة: دار الأمين للنشر و التوزيع، 2000، ص 18.

[16] رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999، ص16.

– "التجارة الالكترونية هي نظام تبادل إلكتروني لصفقات و معلومات تجارية و مالية باستخدام وسائل التكنولوجيا المعاصرة و أساليبها"[17].

– " التجارة الالكترونية هي القيام بالأعمال التجارية من عقد صفقات بيع و شراء السلع و الخدمات و المعلومات و البرمجيات و القيام بالمضاربة و المزادات الافتراضية و تبادل المعلومات و غيرها من خلال شبكة الانترنيت العالمية، بحيث يتم العرض و الطلب و الدفع من خلال الوسائل التقنية الحديثة و أحيانا على الشبكة مباشرة، باستخدام العقود الالكترونية و التوقيع الالكتروني و وسائل الدفع الالكترونية المتعددة، مما يسهل و يسرع من وتيرة القيام بهذه الأعمال و يرفع من كفاءتها"[18].

– " التجارة الالكترونية مفهوم جديد يعني بيع و شراء و تبادل المنتجات و الخدمات و المعلومات عبر شبكات الكمبيوتر و منها شبكة الانترنيت و هناك عدة وجهات نظر لتعريف التجارة الالكترونية:

. في عالم الاتصالات: تعرف التجارة الالكترونية بأنها وسيلة من أجل توصيل المعلومات عبر شبكات الكمبيوتر أو عبر وسيلة تقنية أخرى.

. في الأعمال التجارية: التجارة الالكترونية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية و سريعة.

. في الخدمات: التجارة الالكترونية أداة من أجل تلبية رغبات الشركات و المديرين و المستهلكين في خفض تكلفة الخدمة و رفع كفاءتها والعمل على تسريع توصيل الخدمة.

. في الانترنيت: هي التجارة التي تفتح المجال من أجل بيع و شراء المنتجات و المعلومات عبر شبكة الانترنيت"[19]

– "التجارة الالكترونية هي مصطلح مختصر لمجموعة مركبة من التكنولوجيات و البنى الأساسية و العمليات و المنتجات و هي تجمع معا صناعات كاملة و تطبيقات ضيقة و منتجين و مستخدمين و

---

[17] محمد سليمان عواد، تطوير إستراتيجية لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، أطروحة دكتوراه في التسويق، كلية العلوم الإدارية و المالية العليا، عمان، 2003، ص 25.

[18] نسرين كركوتلي، اقتصاديات التجارة الالكترونية و جدوى التطبيق في سوريا، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، دمشق: 2008، ص 17.

[19] عبد الحميد بسيوني، مرجع سابق، ص54.

معلومات متبادلة و نشاطا اقتصاديا داخل سوق عالمية تسمى الشبكة الدولية للمعلومات الانترنيت"[20].

– "لا يقصد بالتجارة الالكترونية تلك التجارة في الأجهزة الالكترونية، بل يقصد بها أن تتم التجارة الالكترونية بين المتعاملين فيها من خلال استخدام أجهزة و وسائل الكترونية مثل الانترنيت"[21]

– التجارة الالكترونية عبارة عن نشاط اقتصادي أخذ شكلا جديدا في التعامل و لذلك يمكن تقسيم هذا النشاط إلى جزئين:

- الأول: يتضمن التجارة و التي لا تختلف في مضمونها عن التجارة التقليدية و المتمثلة في عملية البيع و الشراء بين منتجين، مستهلكين، مؤسسات و حكومات.
- الثاني: يمثل الالكترونية و المقصود به القيام بأداء النشاط الاقتصادي "التجاري" باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الانترنيت و الأساليب الالكترونية.[22]

كما تم تعريف التجارة الالكترونية من قبل العديد من المنظمات و الهيئات الدولية نذكر منها:

– **تعريف منظمة التجارة العالمية:**[23]

"على أنها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج و توزيع و تسويق و بيع المنتجات بوسائل الكترونية، معتمدة في ذلك على الانترنيت كأهم وسيلة في التجارة الالكترونية".

---

[20] كاترين ل.مان، ترجمة الشحاة منصور، التجارة الالكترونية العالمية، القاهرة: مركز الأهرام للترجمة و النشر، 2003، ص 09 .

[21] محمد السيد عرفة، التجارة الدولية الالكترونية عبر الانترنيت، مؤتمر القانون و الكمبيوتر و الانترنيت، و القاعدة القانونية التي تحكمها، و مدى حجية المخرجات في الإثبات، كلية الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، الفترة من 1 إلى 3 مايو 2000 ، ص 2.

[22] ناصر خليل، التجارة و التسويق الالكتروني، الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع، 2009، ص 29.

[23] خالد مصطفى قاسم، دور آليات التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة العربية البينية، مصر: كلية الإدارة والتكنولوجيا، 2011، ص 04.

تعريف خبراء منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية (OCDE): [24]

"تدل التجارة الالكترونية عادة على المعاملات و الصفقات التجارية التي يتدخل فيها الأشخاص و المؤسسات و ترتكز على تحويل و تحليل المعطيات الالكترونية على اختلاف أشكالها".

- **تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO):**[25]

"إن إعطاء تعريف محدد و شامل للتجارة الالكترونية يبدو مستحيلا نظرا لما تشهده التجارة الالكترونية من تطور سريع، لكن يمكن القول أن التجارة الالكترونية في شكلها الواسع تشمل كل الوسائل الالكترونية المستخدمة لغرض التجارة الالكترونية".

- **تعريف منظمة الأمم المتحدة للتجارة و التنمية (UNCTAD):**[26]

" تطلق مصطلح التجارة الالكترونية على مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات (المؤسسات و الشركات و الأفراد) و المعتمدة على المعالجة الالكترونية للبيانات، و يتضمن التعريف تأثيرات التبادل الالكتروني للمعلومات التجارية على المؤسسات و العمليات التي تحكم الفعاليات التجارية، و يشمل كذلك أمورا أخرى كإدارة المنظمة و التفاوض التجاري و العقود و الإطار التنظيمي و التشريعي و كذلك العمليات المالية و الضرائب".

- **تعريف المنظمة الدولية للاتصالات (ITU):**[27]

" تتضمن التجارة الالكترونية عملية الإنتاج و الدعاية، البيع و التوزيع للمنتجات بواسطة الوسائط الالكترونية معتمدة في ذلك على معالجة و نقل البيانات الرقمية".

و من خلال عرض هذه التعريفات يمكننا القول أن التجارة الالكترونية تتضمن استخدام تكنولوجيا المعلومات للقيام بالاتصالات و إتمام الصفقات بين جميع الأطراف المعنية من مؤسسات، زبائن، موردين، حكومة، مؤسسات مالية، مديرين، موظفين و الجمهور بشكل عام. و منه نصل إلى تعريف أكثر دقة للتجارة الالكترونية من خلال تحليلها إلى مستويات مختلفة:

---

[24] يونس عرب، منازعات التجارة الالكترونية، الاختصاص و القانون الواجب التطبيق و طرق التقاضي البديلة، لبنان، ورقة عمل مقدمة أمام الحلقة القانونية المنظمة من قبل الاسكوا و جمعية إنماء المعلوماتية القانونية اللبنانية ضمن أعمال مؤتمر التجارة الالكترونية، 2000.

[25] يونس عرب، التجارة الالكترونية، الأردن، مجلة البنوك، مجلد 18، العدد 9، 1999.

[26] إيهاب الدسوقي، الأبعاد الاقتصادية و المالية للتجارة الالكترونية مع التطبيق على مصر، القاهرة: أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، 2001، ص 11.

[27] مهند سهاونة، التجارة الالكترونية: التجربة الأردنية، عمان، الأردن: الجمعية العلمية الملكية، 2002، ص 4.

– المستوى الأول: يتعلق بالجانب الالكتروني و المتمثل في هيكل شبكة الانترنيت و يضم كل من التجهيزات، منتجي الحواسب، الموزعات و البرامج.

– المستوى الثاني: يشمل الوسطاء الذين يساعدون على التقاء البائعين و المشترين على شبكة الانترنيت بمعنى منظمي السوق.

– المستوى الثالث: يتعلق بالتجارة أي بيع و شراء السلع و الخدمات من طرف المستهلكين و المؤسسات على الانترنيت.

هذا التحليل لمفهوم التجارة الالكترونية يساعد على التفرقة بين الوظائف المتعلقة بالجانب الالكتروني و بالأخص الانترنيت(المستوى الأول) و الوظائف المتعلقة بالجانب التجاري (المستوى الثاني و الثالث) و كل هذه الوظائف مرتبطة فيما بينها و كل منها مكملة لغيرها.

من خلال ما سبق يمكن استنتاج مجموعة من الخصائص التي تميز التجارة الالكترونية عن العمليات التجارية الأخرى و هي:

– التجارة الالكترونية ترتكز في استعمالاتها على تكنولوجيا المعلومات و شبكات الاتصالات و على رأسها شبكة الانترنيت العالمية؛

– تعدد طبيعة التبادل: فهو يشمل تبادل للسلع و الخدمات و المعلومات و كذلك كل المبادلات التي تسمح بالوصول إلى هدف البيع و الشراء على الشبكة؛

– أداء العمليات التجارية بين الشركات بعضها البعض، الشركات و عملائها، الشركات و الحكومة، من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات و شبكة الاتصالات في أداء تلك العمليات.[28]

– التجارة الالكترونية تتعدى الحدود الزمنية و المكانية، يعني أن تعاملات التجارة الالكترونية غير مقيدة سواء زمنيا أو مكانيا، فهي متاحة على مدار ساعات اليوم و في أي مكان من العالم.

– عدم استخدام المستندات و الوثائق الورقية أثناء عمليات التبادل التجاري أو المالي أو في أي عمليات تتم بواسطة التجارة الالكترونية و ذلك يرجع إلى أن عملية التفاعل بين طرفي المعاملات يتم بدون أي مستندات ورقية بل يتم الكترونيا منذ بداية المعاملات إلى نهايتها و بالتالي فإن البيانات و المعلومات الالكترونية التي تتم بين طرفي المعاملات هي الإثبات الوحيد الذي يتاح لكلا من طرفي المعاملة في حالة حدوث أي نزاع بينهما.

---

[28] سامي حسن موسى حمد، قضايا و تحديات التجارة الالكترونية في الأردن، أطروحة ماجستير في علم الاقتصاد ، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة اليرموك، الأردن، 2004، ص 26.

– العلاقة بين طرفي العمليات التي تتم بواسطة التجارة الالكترونية سرية أي لا يحدث تلاقي بين طرفي المعاملات و إنما تتم اللقاءات من خلال شبكة الانترنيت و هذه إحدى مزايا التجارة الالكترونية.

– صعوبة تحقيق الإثبات القانوني في المعاملات التي تتم بواسطة التجارة الالكترونية، و حتى الآن تقوم الحكومات حاليا على وضع صيغ قانونية لإمكان إثبات المعاملات التجارية الالكترونية و مثال ذلك قيام كثير من الدول بالاعتراف بالتوقيع الالكتروني كعنصر إثبات في المعاملات التجارية الالكترونية عبر شبكة الانترنيت.

– إمكانية التفاعل بين أطراف التبادل و بصورة جماعية بحيث يستطيع أحد أطراف المعاملات أن يقوم بالتعامل مع أكثر من جهة و في نفس الوقت حيث أنه يكون في الإمكان أن يقوم أحد أطراف المعاملات بإرسال رسالة عن طريق البريد الالكتروني إلى عدد كبير جدا من المستقبلين لهذه الرسالة في وقت واحد و هذا ما لا يتوافر في أي وسيلة أخرى استخدمت من قبل في هذا المجال هذا بالإضافة إلى إمكانية قيام أحد طرفي المعاملات بتلقي عدد لا نهائي من الرسائل الالكترونية أيضا في نفس الوقت الشيء الذي يؤدي إلى توفير عاملي السرعة و الوقت في انجاز الأعمال المطلوبة.

– إمكانية تدفق و انسياب المعلومات بين طرفي المعاملة من خلال التبادل الالكتروني للبيانات و بالتالي يكون باستطاعة عملاء إحدى الشركات الدخول إلى قواعد بياناتها و أخذ المعلومات التي يريدونها دون تدخل أي عنصر بشري من داخل الشركة في هذا الشأن، و هذا ما يعد في الحقيقة طفرة هائلة تحقق انسياب البيانات و المعلومات بين الجهات المشتركة في العملية التجارية بأقل تكلفة و أعلى كفاءة [29].

– إمكانية إجراء المعاملات التجارية بصورة كاملة بداية من الإعلان عن السلعة وصولا إلى تسليمها إلى العملاء و ذلك فيما يتعلق بالسلع غير المادية عن طريق الانترنيت و هذا ما لا يتوافر في أي وسائل أخرى كوسائل الاتصالات التقليدية مثل الفاكس و التلكس.

---

[29] رأفت رضوان، مرجع سابق، ص17.

الفرع الثالث: الفرق بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية

من الضروري أن نتكلم عن التجارة التقليدية مع الأخذ بالاعتبار التجارة الإلكترونية. فالتجارة عموماً هي كافة الفعاليات المتعلقة بشراء أو بيع البضائع أو الخدمات، و تحتوي على مجال كبير من الأنشطة التي تبدأ قبل ظهور المعاملات الفعلية و تبقى مستمرة بعد تنفيذها. و تتمثل هذه الأنشطة فيما يلي: [30]

- التسويق: وهو الفعاليات المتعلقة بالوصول إلى الزبائن الفعلين والمحتملين، لتزويدهم بالمعلومات عن الشركة والعلامة التجارية والمنتجات أو الخدمات و الأسعار.
- المبيعات: وهي الفعاليات المتعلقة بمعاملة المبيعات الفعلية بما في ذلك المعاملة نفسها.
- الدفع: وهو الفعاليات المتعلقة بتنفيذ المشتري لالتزاماته في عملية البيع.
- تلبية الطلبات: وهي الفعاليات المتعلقة بتنفيذ البائع لالتزاماته في عملية البيع.
- خدمة الزبون: وهي فعاليات المتابعة بعد تلبية الطلبات، من أجل حل المشاكل والتساؤلات.

ونلاحظ مما سبق أن التجارة التقليدية لا تختلف عن التجارة الإلكترونية من حيث الفعاليات و لكن تختلف في طريقة تنفيذ تلك الفعاليات، إذ أن للتجارة الإلكترونية أسلوباً غير تقليدي في الوصول إلى المستهلكين في كافة أنحاء العالم، أي أنها تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية، كما يمكن للشركات من خلال التجارة الإلكترونية القيام بإدارة أفضل لعمليات الشراء، والتوريد، والبيع، والنقل، والتأمين، والعمليات المحاسبية، ومراقبة المخزون، كذلك يمكن من خلال التجارة الإلكترونية توفير معلومات يومية عن الزبائن، وهي بلا شك تؤدي إلى خفض تكلفة المعاملات التجارية لأنها تلغي دور الوسطاء بين البائع والمشتري.

---

[30] نيفين السعيد، هل نقول وداعا للتجارة التقليدية؟ الكويت، مجلة المستثمرون، العدد 52 الصادر في 2006/09/19 ، ص 12.

جدول رقم 04 : الفرق بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية

التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
وجود علاقة مباشرة بين أطراف العملية التجارة.	عدم وجود علاقة مباشرة بين أطراف العملية التجارية.
المدى الجغرافي و الزماني محدود و ضيق: تعتبر التجارة التقليدية تجارة محلية أي أن التاجر يبيع في حدود الوطن الموجود فيه فقط و في حدود ساعات العمل المعروفة[31].	المدى الجغرافي و الزماني واسع: تعتبر التجارة الالكترونية تجارة دولية لا حدود لها، يمكن لأي متعامل شراء السلع و الخدمات أينما وجدت و في أي وقت 24 سا/ 24 سا .
تعتبر الفاتورة وثيقة رسمية وقانونية لتبرير أي عملية تجارية.	تعتبر الرسالة الالكترونية السند القانوني الوحيد في حالة نشوء أي نزاع بين أطراف العملية التجارية.
تتطلب التجارة التقليدية محل تجاري، أثاث، بضائع معروضة بطريقة منظمة،عمال، بائعون.	تتطلب التجارة الالكترونية جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الانترنيت، موقع على هذه الشبكة و عامل أو أكثر(حسب حجم النشاط) للتحكم في العمل على هذه الشبكة.
عملية التسديد تتم بطريقة مباشرة من يد المشتري إلى يد البائع.	عملية التسديد تتم بطريقة الكترونية (نقود الكترونية أو رقمية) في غالب الأحيان.
القيام بعملية التجارة التقليدية تعتبر سهلة و يستطيع القيام بها أي شخص.	القيام بالتجارة الالكترونية تحتاج إلى مهارات خاصة و وسائل خاصة كذلك (الحاسوب، الانترنيت).
تعتبر التجارة الالكترونية مرتفعة التكلفة بالنسبة للبائع.	تعتبر التجارة الالكترونية أقل تكلفة بالنسبة للبائع و المشتري.
من خلال التجارة التقليدية يمكن بيع أي نوع من المنتجات و الخدمات.	لا يمكن بيع جميع المنتجات مثل حالة المنتجات الثقيلة و الضخمة، القابلة للكسر، و المنتجات التي يصعب شرائها إلا بعد لمسها و إدراك استخداماتها و مزاياها.[32]

المصدر: من إعداد الباحثة

المطلب الثاني: أصناف التجارة الالكترونية و فوائدها

لقد أصبحت للتجارة الالكترونية تأثيرات جوهرية على أسلوب إدارة الأنشطة الاقتصادية و ممارسة الأعمال التجارية و ما يتصل بها من خدمات، و ذلك نظرا للفوائد التي تعود عليها، كما

---

[31] ثابت إدريس، جمال الدين المرسي، التسويق المعاصر، مصر: الدار الجامعية بالإسكندرية، 2004، ص 439.

[32] نهلة احمد قنديل، التجارة الالكترونية، رؤية تسويقية، مصر: (بدون دار النشر)، 2005، ص 21.

امتد تأثيرها ليشمل العلاقات التي تحكم قطاعات الأعمال و المستهلكون و الحكومات، و بالتالي فإن التجارة الالكترونية على علاقة بين طرفين أو جهتين ، وكل علاقة بين تلك الجهتين تعبّر عن صنف مختلف من أصناف التجارة الالكترونية و هذا ما سنحاول توضيحه من خلال هذا المطلب كما يلي: الفرع الأول– أصناف التجارة الالكترونية

الفرع الثاني– فوائد التجارة الالكترونية

الفرع الأول: أصناف التجارة الالكترونية

هناك عدة أصناف و عدة تقسيمات للتجارة الالكترونية، كل منها تنظر إليها من وجه معين، فيمكن تقسيمها تبعا لنوعية العملية، الوسطاء و المنتوج، كذلك يمكن تقسيمها تبعا للأطراف المتعاملة فيها، كما يمكن تقسيمها تبعا للوسيلة التكنولوجية المعتمد عليها لقيام التجارة الالكترونية :

أ- تقسيم التجارة الالكترونية حسب نوعية العملية:

هناك عدة أشكال للتجارة الالكترونية و ذلك تبعا لنوعية المنتوج، العملية و الوسطاء فأي سلعة يمكن أن تكون ملموسة أو رقمية، و أي وكيل يمكن أن يكون ملموس أو رقمي أي عملية يمكن أن تكون ملموسة أو رقمية، و بناء على ذلك يمكن تقسيم التجارة الالكترونية إلى:

. تجارة الكترونية بحتة.

. تجارة الكترونية جزئية.

عندما يكون الوكيل رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية، فإن نوع التجارة سيكون تجارة الكترونية بحتة. و إذا أحد العوامل الثلاثة أصبحت رقمية والبقية ملموسة، فإنه سيكون هناك مزيج ما بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية ونطلق على هذا المزيج بالتجارة الالكترونية الجزئية. مثلا، إذا اشتريت كتابا من موقع أمازون، فإن نوع التجارة هو التجارة الالكترونية الجزئية لأن الشركة سترسل إليك الكتاب على البريد. ولكن إذا اشتريت برمجيات من موقع أمازون، فإن نوع التجارة هو التجارة الالكترونية البحتة لأن الشركة سترسل إليك البرمجيات عن طريق الانترنت.

ب- تقسيم التجارة الالكترونية تبعا للأطراف المتعاملة فيها:

لقد استفادت قطاعات عدة من تقنيات التجارة الالكترونية لتسيير التبادل التجاري و المعلوماتي و المهني و الخدماتي، و من أبرز المستفيدين من هذه القطاعات قطاع الأعمال، قطاع المستهلكين، الإدارات، قطاع الحكومة، و من بين أنواع التجارة الالكترونية نجد:

1 – التجارة الالكترونية بين وحدات الأعمال: (Business to Business)

نرمز لها B to B يجمع هذا النوع من التجارة شركات الأعمال، بحيث تقوم هذه الأخيرة باستخدام شبكات الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات لتصفية معاملاتها مثل القيام بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها و تسليم الفواتير و دفع المستحقات من خلال إجراء مختلف التحويلات المالية الكترونيا بالإضافة إلى عملية التحويل الالكتروني للمعلومات، و يعد هذا الشكل أكثر أنواع التجارة الالكترونية شيوعا في العالم و يبلغ حجم هذه التجارة حوالي 80 بالمائة من حجم التجارة الالكترونية الإجمالية.

2 – التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال و مستهلك:(Business to Customer)

و نرمز لها بـ B2C ، يجمع هذا النوع من التجارة الالكترونية بين وحدات الأعمال و المستهلك و ذلك من خلال العروض المختلفة التي تقدمها المؤسسة للمستهلكين على شبكة الانترنيت أي ما يسمى بمراكز التسويق على الانترنيت، حيث تعرض فيها كل أنواع السلع و الخدمات و يتم الدفع في غالب الأحيان من خلال الشبكة أما الاستلام فحسب طبيعة السلعة و صيغة الاتفاق[33] .

و من خلال الإحصائيات و الدراسات التي تمت على هذا النوع من التجارة الالكترونية (B2C)، وجد أن هذا الأخير في تطور مستمر خلال السنوات الأخيرة إلا أن تطوره يبقى أقل بكثير مقارنة بالتجارة التقليدية.

---

[33] Francis Merlin, B2B stratégie de communication, Paris : deuxième édition, édition d'organisation, 2001, p 25.

و يعتبر المستهلك هو العامل الرئيسي الذي يؤثر على هذا النوع من التجارة الالكترونية.

و السؤال الذي يمكن أن نطرحه: هل المستهلكون يريدون الشراء على الانترنيت؟ و ما هي المنتجات التي يريدونها؟ و هل الشراء على الانترنيت يمكن أن يكون مربح بالنسبة للمستهلك؟. ففي الدول المتطورة يقوم المستهلكون بالشراء على الانترنيت و لكن تختلف حجم هذه المعاملات باختلاف الفترات و نوعية الإنتاج و صفات المستهلكون:

– حسب الفترات: فنجد أنه خلال فترة الأعياد و المواسم مثل رأس السنة، نسبة التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنيت تعرف ارتفاع ملحوظ مقارنة مع أيام السنة الأخرى، حيث يفضل المستهلكون إجراء معاملاتهم التجارية على الانترنيت خاصة لشراء الهدايا و ذلك نظرا لضيق الوقت و لكثرة عدد المشتريين و الزحمة في الأسواق.

– حسب نوعية الإنتاج: فنجد أن حجم التجارة الالكترونية (B2C) تختلف حسب نوعية الإنتاج، فهناك بعض السلع التي يتم شرائها بكثرة على الانترنيت مقارنة مع منتجات أخرى و ذلك راجع إلى اختلاف نوعية و طبيعة كل إنتاج.

- حسب صفات و أنواع المستهلك: تجذب التجارة الالكترونية فئات متنوعة من العملاء تتميز بصفات مختلفة فنجد من منهم مقتنع، و آخر سهل البلوغ، أو متردد، غير مهتم، أو غير معني. أما عن أنواع الزبائن فهناك: مدخري الوقت، صائدي الفرص، متبني التقنيات الحديثة، متجنبي السوق الحديثة.

و بالتالي الصفات التي تميز الزبائن و أنواعهم هي التي تحدد حجم المعاملات B2C.

3- التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال و إدارة: (Business to Administration)

يرمز لها بـ B2A و تشمل جميع التحويلات و التعاملات بين المؤسسات و هيئات الإدارة العامة، بحيث تقوم الحكومة بعرض الإجراءات و اللوائح و الرسوم و نماذج المعاملات على الانترنيت بحيث تستطيع الشركات الإطلاع عليها بطريقة الكترونية و تقوم بإجراء المعاملات الكترونيا دون الحاجة للتعامل مع مكاتب الإدارة العامة[34]. و تعرف هذه الظاهرة في أدبيات الفكر التسويقي المعاصر بالحكومة الالكترونية و التي يمكن تعريفها كما يلي:" تعرف الحكومة الالكترونية بأنها تشمل الاستخدام التكاملي الفعال لجميع تقنيات المعلومات والاتصالات وذلك لتسهيل العمليات الإدارية اليومية للقطاعات الحكومية الداخلية التي تتم فيما بينها حكومة - حكومة (G2G) وتلك التي تربطها بالمواطنين حكومة – مواطن (G2C) أو قطاعات الأعمال حكومة – أعمال (G2B) و ذلك بوسائل إلكترونية وبسرعة وقدرة متناهيتين وبتكاليف ومجهود أقل وفي أي وقت ومن خلال موقع واحد على شبكة الإنترنت"[35].

4 – التجارة الالكترونية بين الحكومة و المواطن[36]:(Government to Citizen)

و نرمز لها بـ G2C و يقصد بها عمليات البيع و الشراء التي تتم بين الجهات الحكومية كبائعة للخدمة (خدمات مهنية كتجديد رخص قيادة السيارات، خدمات قضائية، خدمات الضرائب و غيرها) إلى مواطني الدولة كمشتريين للخدمة العامة، و تعرف هذه الظاهرة كذلك بالحكومة الالكترونية.

و توضح المصفوفة التالية طبيعة العلاقة بين الأطراف الثلاث المشتركة في عملية التجارة الالكترونية من حيث المعلومات و البيانات المرسلة و المستقبلة.

---

[34] عبد الحميد بسيوني، مرجع سابق، ص 43.

[35]مجلة الرقمي الجزيرة، الحكومة الالكترونية و أهدافها، العدد 159، المطلع عليها في 23 أبريل 2006، الساعة 10:00 http://www.al-jazirah.com.sa/digimag/23042006/hasebat4.htm

[36] طارق طه، مرجع سابق، ص 390.

شكل رقم 02: مصفوفة توضح طبيعة العلاقة بين الأطراف المشتركة في التجارة الالكترونية

إلـــى

من		أفراد	مؤسسات	حكومات
	أفراد	البريد الالكتروني، إعلانات شخصية	طلبات الشراء الالكترونية عن طريق الكتالوج	إجراء و تقييم معاملات ضريبة الدخل (الأفراد)
من	مؤسسات	عرض السلع و الخدمات إلكترونيا	الاتصال مع الموردين و عمليات الشحن طلبات الشراء	الإجراءات الجمركية
	حكومات	تقديم معلومات من الخدمات الحكومية إلكترونيا	طلبات الشراء	تداول المعلومات بين الوزارات المختلفة المالية والضريبية

المرجع: سامي حسن موسى حمد، قضايا و تحديات التجارة الالكترونية في الأردن، أطروحة ماجستير في علم الاقتصاد، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة اليرموك، الأردن، 2004، ص 34.

ج – تقسيم التجارة الالكترونية حسب الوسيلة التكنولوجية المعتمد عليها:

إن التجارة الالكترونية يمكن إجرائها بعدة وسائل تكنولوجية و بالتالي فإن أسلوب العمل بالتجارة الالكترونية يختلف باختلاف الوسيلة المستخدمة فيها، و تنقسم هذه الأنواع إلى:

1 – التسوق عبر شاشة الهاتف (TV Shopping):

و هذه الصورة تعد أقدم صورة لاستخدام الوسائل التكنولوجية في العمليات التجارية، و تقوم فكرة التسوق عبر شاشة التلفزيون على قيام الشركات المنتجة بالإعلان عن منتجاتها على شاشة التلفزيون مع وضع أرقام تلفوناتها على هذه الإعلانات حتى يستطيع أي فرد من المشاهدين يرغب في شراء تلك المنتجات بالاتصال بالشركة عن طريق أرقام الهاتف المعروضة و يقوم بطلب المنتج،

و هنا تقوم الشركة بإرسال مندوب عنها بهذه البضائع إلى العميل ثم يقوم هذا الأخير بدفع قيمة البضاعة، و لكن لهذا النوع من التجارة الالكترونية بعض العيوب أهمها عدم إمكانية تقديم مواصفات المنتجات بصورة كاملة عبر شاشة التلفزيون نظرا لقصر الوقت المخصص لهذه الإعلانات و لارتفاع تكاليف هذه الإعلانات كلما زاد الوقت المخصص للإعلان على شاشة التلفزيون؛

2 – التجارة الالكترونية المحمولة (Mobile Commerce):

و تقوم فكرة عمل هذا النوع على استخدام الأجهزة المحمولة في التجارة الالكترونية مثل الحاسب الآلي المحمول و الهاتف المحمول مع ملاحظة أنه لا يوجد أي اختلاف بين التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنيت باستخدام الحاسب الآلي الثابت أو المحمول[37]، لذا سوف نركز في هذا البند على التجارة الالكترونية باستخدام الهاتف المحمول ، حيث تقوم هذه التجارة على قيام أجهزة الهاتف المحمول باستقبال مواقع الانترنيت على شاشتها و الإطلاع على محتوى هذه المواقع بالاعتماد على بروتوكول (WAP) Wireless Application Protocol حيث يتم تحويل اللغة التي تكتب بها هذه المواقع من لغة Hypertext Markup Language (HTML) إلى لغة Markup Wireless Language (WHL) و ذلك بهدف ظهور الصفحات على شاشة الهاتف المحمول، و لكن لهذا النوع من التجارة الالكترونية بعض العيوب هي:

– ضرورة توفر ميزة استقبال مواقع الانترنيت على الهاتف المحمول الذي سيتم استخدامه في التجارة الالكترونية؛

– لا يوجد تفاعل مباشر بين الشركات و العملاء من خلال هذه الوسيلة و ذلك يرجع إلى أن الهاتف المحمول ما زال حتى الآن لا يستطيع إلا استقبال المواقع المكتوبة فقط و بعض الرسومات البسيطة و بالتالي فإنه لا يعطي فرصة للعملاء للتعرف على السلع المطلوبة بصورة أفضل؛

– أنه مكلف في استخدامه حاليا بين شريحة كبيرة من الأفراد خاصة في الدول النامية مثل الجزائر نظرا لارتفاع سعر المكالمات على الهاتف المحمول.

---

[37] فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية و تأمينها، مصر: هلا للنشر و التوزيع، 2001، ص 116.

3- التجارة الالكترونية الصوتية (Voice Commerce) :

و تقوم فكرة عمل التجارة الالكترونية الصوتية على استخدام الهاتف في الاتصال بأرقام معروفة مسبقا بغرض حصول المستهلكين أو العملاء على المنتجات التي يرغبون في شرائها من أي شركة ، حيث يعتمد هذا النوع من التجارة الالكترونية على خاصية الرد الآلي، بحيث يستطيع العملاء من خلال ذلك الوصول إلى المنتجات التي يرغبون في شرائها باستخدام أصواتهم دون الحاجة إلى إدخال أرقام عبر الهاتف و هذا بسبب وجود أجهزة فيه خاصية الرد الآلي تستطيع التعرف على أصوات هؤلاء العملاء، و لكن ما زال هذا النوع في مرحلة النمو و يتوقع انتشاره في المستقبل انتشارا كبيرا نظرا لتوفر كم هائل من الهواتف على مستوى العالم. و لكن لهذا النوع كذلك من التجارة الالكترونية عيوب تتمثل في:

- أنه لا يصلح في إجراء معاملات تجارية كبيرة و لكنه يقتصر على المعاملات الصغيرة فقط؛
- أنه يفتقد عنصر التفاعل الإيجابي بين العملاء و الشركات؛
- عدم استطاعة الأفراد الإطلاع على مواصفات السلع التي يرغبون في شرائها إذا لم يكونوا قد قاموا برؤيتها من قبل.

4- التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنيت (E- Commerce)

و تعتبر التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنيت هي أشهر أنواع التجارة الالكترونية و لقد جرى استخدام مفهوم (e- commerce) على المعاملات التجارية التي تتم من خلال شبكة الانترنيت نظرا لشهرتها و إمكانية انجاز معاملات تجارية متفاوتة القيمة في أي وقت و في أي مكان و هذا يرجع أيضا إلى أن التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنيت يتوافر فيها إمكانية التعامل بين الشركات من جانب و العملاء من جانب آخر بكفاءة عالية و إمكانية حدوث تفاعل ايجابي بين الشركة و عملائها. و من خلال هذا البحث سوف نركز خاصة على هذا النوع من التجارة الالكترونية.

الفرع الثاني: فوائد التجارة الالكترونية

إن التطور المذهل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أواخر القرن العشرين ومطلع القرن الحادي والعشرين أدى إلي تغيير أنماط السلوك الاجتماعي وصور النشاط الاقتصادي وأصبحت وسائل الاتصالات قادرة على نقل المعلومات والخدمات والأموال والسلع ليل نهار و ذلك عن طريق التجارة الالكترونية و منه أصبحت هذه الأخيرة توفر فرصا و فوائد عديدة للموردين والعملاء و الدولة، ويمكن تقسيم هذه الفوائد إلى مستويين: 1- على مستوى المورد و الزبون

2- على مستوى الدولة

1- على مستوى المورد و الزبون

إن الفوائد التي يجنيها المورد من خلال إتباعه التجارة الالكترونية تنطبق على العميل كذلك و لذلك سوف نجمع بينهما من خلال عرضنا لهذه الفوائد:[38]

جدول رقم 06: الفرص و الفوائد التي توفرها التجارة الالكترونية للموردين و الزبائن معا

الفوائد التي يحصل عليها الموردين	الفوائد التي يحصل عليها الزبون
وضع تنافسي أفضل	جودة أفضل
حضور عالمي	خيار عالمي
تقصير أو إلغاء سلاسل التوريد	الاستجابة السريعة للحاجات
وفرات هائلة في الكلفة	تخفيضات هائلة في الأسعار
فرص أعمال مبتكرة	خدمات و سلع جديدة و مبتكرة
تفصيل السلع و الخدمات على مقاس الزبون و تقديم خدمات شخصية	الحصول على السلع حسب مقاس الزبون و الحصول على خدمات شخصية

المرجع: سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الالكترونية، الأردن: (بدون دار النشر)، 2005 ، ص 142

أ- تحسين الوضع التنافسي / جودة الخدمة:

تمكن التجارة الالكترونية الموردين من تحسين أوضاعهم التنافسية من خلال جعلهم أقرب إلى العميل، و كمثال بسيط عن ذلك ، تستثمر العديد من الشركات تكنولوجيا التجارة

[38]- سعد غالب ياسين، التجارة الالكترونية، بشير عباس العلاق، الأردن: (بدون دار النشر)، 2005، ص 138- 139- 140 -141.

الالكترونية لتقديم مستويات أفضل من الدعم لجهود ما قبل و بعد البيع و مستويات أعلى من المعلومات المتعلقة بالسلع و الخدمات و أساليب الانتفاع منها و كذلك سرعة الاستجابة لحاجات و رغبات العملاء. و في المقابل يحصل العميل على سلعة أو خدمة ذات جودة عالية.

ب – حضور عالمي / خيار عالمي:

لا توجد أمام التجارة الالكترونية أية حدود وطنية أو فواصل جغرافية، وإنما تحدها تغطية شبكات حاسوبية. و بما أن معظم الشبكات هي عالمية في أبعادها و مجالاتها، فإن التجارة الالكترونية تمكن حتى الموردين الصغار تحقيق حالة من الحضور العالمي لأداء الأعمال على نطاق جد واسع.

و في المقابل يجني العميل منافع من التجارة الالكترونية تمثل في الحضور العالمي أيضا، فباستطاعته الاختيار من بين جميع الموردين للحصول على مبتغاه من السلعة أو الخدمة و ذلك بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية.

ج – تفصيل السلع و الخدمات على مقاس العميل و تقديم خدمات شخصية:

يستطيع الموردون من خلال آلة التفاعل الالكتروني التعرف بشكل أفضل على الحاجات و الرغبات الخاصة بكل عميل من عملائهم، و بالتالي تقديم سلع و خدمات تلبي توقعات العملاء و بأسعار السوق السائدة. و من أمثلة ذلك قيام بعض دار النشر عبر الانترنيت بتوفير معلومات محددة عن محتوى مجلة معينة أو كتاب معين لفئة أفراد تكون رغبتهم محددة في الإطلاع على مقال معين أو دراسة محددة يعينها، و ذلك بالوقت الحقيقي و بكلفة منخفضة أو بدون مقابل أحيانا.

د– تقصير أو إلغاء سلاسل التوريد / سرعة الاستجابة للحاجات:

غالبا ما تتيح التجارة الالكترونية فرصا لتقصير أو إلغاء سلاسل التوريد التقليدية بشكل جوهري، حيث توجد أمثلة كثيرة اليوم حول شركات استطاعت بفضل التجارة الالكترونية تزويد العملاء مباشرة باحتياجاتهم من السلع و الخدمات متجاوزة بذلك تجار الجملة و التجزئة و الوسطاء

التقليديين الآخرين ، و ذلك بالوقت الحقيقي و بكلفة منخفضة جدا، تنعكس بالإيجاب على العملاء.

هـ – وفرات هائلة في الكلفة / أسعار منخفضة:

إن تقليص تكاليف التعامل تعد واحدة من أبرز مساهمات التجارة الالكترونية، و إذا كانت التكاليف المترتبة على إجراء تعامل معين باستخدام العنصر البشري تقاس بالدولارات، فإن تكاليف التعامل الالكتروني تقاس بالسنتات.

و عليه فإن التعامل الروتيني الذي ينطوي على استخدام التفاعل الإنساني يحمل في طياته إمكانيات لتحقيق وفرات هائلة في الكلفة في حالة تحويله الكترونيا، مما ينعكس بالإيجاب على العميل على شكل أسعار منخفضة.

2– على مستوى الدولة

توفر التجارة الالكترونية منافع و فرص للعملاء و منشآت الأعمال كما رأينا سابقا و حتما ذلك سوف يعود بالإيجاب على المستوى الوطني، و هذا ما سوف نتطرق إليه في الآتي:[39]

أ – التجارة الالكترونية أداة لزيادة القدرة التنافسية:

توفر التجارة الالكترونية أدوات و وسائل تضيف إلى القدرات التنافسية للمنتجات مما يمكن أن يحقق زيادة الصادرات و ذلك من خلال:

- سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية؛
- إمكانية التسويق للسلع و الخدمات عالميا و بتكلفة محدودة؛
- القدرة على سرعة عقد و إنهاء الصفقات؛
- القدرة على تحليل الأسواق و الاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين.

[39] رأفت رضوان، مرجع سابق، ص 37.

ب – التجارة الالكترونية أداة لتنشيط المشروعات المتوسطة و الصغيرة:

- تمثل المشروعات المتوسطة و الصغيرة محورا أساسيا للتنمية الاقتصادية و تعاني هذه المشروعات من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية.
- تعد التجارة الالكترونية واحدة من أهم الأدوات التي تحقق للمشروعات المتوسطة و الصغيرة الحجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة العالمية بفعالية و كفاءة بما تقدمه من خفض تكاليف التسويق و الدعاية و الإعلان و وفر في الوقت و المكان المطلوبين لأداء المعاملات التجارية بما ينعكس إيجابا على تنشيط هذه المشروعات و يوفر لها القدرة على اختراق الأسواق العالمية.

ج – التجارة الالكترونية أداة لخلق فرص جديدة للعمل الحر:

- التجارة الالكترونية يمكن أن تكون ذات تأثير اقتصادي ايجابي، حيث يمكن للمنتج على كافة المستويات أن يقوم بمعاملات تجارية عبر أنحاء العالم و أن يتاجر عبر الحدود القومية.
- التجارة الالكترونية يمكن أن تخلق العديد من فرص العمل الحر حيث تتيح الفرصة لعمل مشروع تجاري صغير أو متوسط أو حتى مشروع صغير جدا متصل مباشرة بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية ممكنة، و يتساوى في ذلك المتخصص الذي يقوم بتطوير و تنفيذ برمجيات الحاسب الآلي من منزله أو صانع السجاد المغاربي الذي يعمل في قرية بعيدة ليصدر إنتاجه إلى أسواق عالمية.
- تمثل تجارة الخدمات أحد المحاور الأساسية التي توفر فيها التجارة الالكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي و العالمي دون الحاجة للانتقال و بما يفتح المجال لهم للانطلاق في العمل الحر.

د- التجارة الالكترونية أداة لزيادة شفافية الحكومة و تحسين الخدمات الحكومية:

تتنافس الحكومات على المستوى العالمي لتحسين الخدمات و تبسيط الإجراءات و تسهيل المعاملات بين الحكومة و فئات المجتمع، و تعد أداء الأعمال الكترونيا أحد الاتجاهات التي يمكن أن تسهم في زيادة نجاح الحكومات في تحقيق التواصل مع المواطنين حيث يمكن:

- توفير البيانات و المعلومات و إتاحتها للمستثمرين و رجال الأعمال و كافة فئات المجتمع بشفافية كاملة.
- عرض إجراءات و خطوات و نماذج الحصول على الخدمات الحكومية بصورة تحقق تسهيل التعامل مع الجهاز الإداري.
- أداء الخدمات الكترونيا فيما يوصف بكونه توجها نحو "الحكومة الالكترونية" و بصورة تضم أعلى درجات أداء في أقل وحدة زمن.
- فتح قناة اتصال جديدة بين المواطنين و الجهات الحكومية يمكن من خلالها النفاذ إلى مستويات الإدارة العليا لزيادة الشفافية في الأعمال الحكومية.

المبحث الثالث: آليات الدفع في التجارة الالكترونية

يلعب التطور التكنولوجي دوراً حيوياً في حياة البشر وتمتد آثار هذا التطور إلى كافة مناحي الحياة الاقتصادية و القانونية و الاجتماعية و الثقافية. ولقد ظهرت في أواخر القرن العشرين مجموعة من الظواهر المختلفة التي أفرزها التقدم التكنولوجي مثل التجارة الإلكترونية، ووسائل الدفع الإلكترونية، والنقود الإلكترونية.

ولقد شهدت الحركة المصرفية حديثاً تطوراً كبيراً وكان من أحد شواهد هذا التطور السماح لعملاء المصارف بإجراء عمليات الشراء والبيع من خلال شبكة الاتصالات (Internet)، وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية التي تتيحها هذه البنوك. ولم يقف التطور عند هذا الحد، وإنما ظهر على الساحة أيضاً ما يعرف بالنقود الإلكترونية أو النقود الرقمية. وهي عبارة عن بطاقات إلكترونية تحتوي على مخزون نقدي تصلح كوسيلة للدفع، وأداة للإبراء، ووسيطاً للتبادل. و لما كانت النقود الإلكترونية تصلح لأن تقوم بغالبية الوظائف التي تقوم بها النقود القانونية (أي تلك التي

يصدرها البنك المركزي)، فقد أضحى من المتوقع أن تحل هذه النقود الحديثة محل النقود القانونية على المدى الطويل.

وفي الواقع، فإن انتشار النقود الإلكترونية وذيوع استخدامها سوف يولد آثاراً هامة من الناحية القانونية والاقتصادية والمالية. فمن المتوقع أن تفرز النقود الإلكترونية مجموعة من المخاطر الأمنية والقانونية والتي ينبغي على المسئولين الاستعداد لها مثل مخاطر التزييف والتزوير، والاحتيال، بالإضافة إلى أن النقود الإلكترونية سوف تخلق مناخاً خصباً لبعض الجرائم الخطيرة مثل جرائم غسيل الأموال والغش. و من ناحية أخرى فإن من المتعارف عليه أن البنك المركزي هو الذي يعهد إليه في غالبية الدول بمسألة إصدار النقود، علاوة على دوره الرئيسي في رسم السياسة النقدية للدولة. ومن شأن قيام جهات أخرى غير البنك المركزي بعملية خلق النقود الإلكترونية – وهو ما يجري في الواقع الآن – و هذا قد يؤثر على قدرة البنك المركزي على الحفاظ على الاستقرار النقدي من خلال إضعاف دوره في السيطرة على حجم السيولة النقدية وسرعة دوران النقود.

و في ظل التحديات الاقتصادية التي تحملها رياح القرن الجديد و منها العولمة و التكتلات الاقتصادية الكبرى بين العديد من دول العالم كان لا بد على الخدمات المالية بصفة عامة أن تتواءم مع مستحدثات العصر حتى يمكن أن تكون بالسرعة و الدقة المطلوبة على المستوى الدولي، حيث نجد أن أدوات التكنولوجيا المتقدمة قد تدخلت بصورة مكثفة في القطاع المصرفي في السنوات القليلة الماضية و قد أثبتت كفاءة كبيرة في الأداء و قد سايرتها الخدمات المصرفية بشكل كبير كما ظهر ذلك في نمو وسائل الدفع الالكترونية و تطور الخدمات المصرفية بسرعة و فعالية.

المطلب الأول: نشأة النقود الالكترونية، تعريفها و خصائصها

لقد مرت البشرية بأطوار كثيرة حتى عرفت النقود بشكلها الحالي. فقد ظهرت النقود كنتيجة للنقائص التي واجهها نظام المقايضة الذي كان سائداً قبل ظهور النقود، ولعل من أهم هذه المساوئ صعوبة التقاء رغبات المشترين مع البائعين، وعدم قابلية السلع محل المقايضة للتجزئة، وصعوبة تخزينها. ولقد أخذت النقود في بادئ الأمر شكل المعادن النفيسة كالذهب والفضة، ثم لم تلبث البشرية أن انتقلت إلى مرحلة التعامل بالنقود الورقية والمصرفية.

مع هذا، فإن تطور النقود لم يقف عند هذا الحد، فلقد ساعد التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات، وتطور الصناعة المصرفية، وظهور التجارة الإلكترونية في الحياة الاقتصادية، على ظهور شكل جديد من النقود أطلق الاقتصاديون عليها مسمى النقود الإلكترونية. وسوف نخصص هذا المطلب لدراسة ماهية وخصائص النقود الإلكترونية كما يلي:

الفرع الأول: نشأة النقود الإلكترونية

قبل أن نت الإلكترونية، فهناك مصارف التي ليست لها بيانات تأوي هياكلها و تسمى بالمصارف الإلكترونية أو الافتراضية، وهناك مصارف عادية أو المصارف الأرضية وهي تقدم خدمات تقليدية بالإضافة إلى ممارسة الصيرفة الالكترونية [40]. وعرفنا مما سبق أن النقود الإلكترونية هي إحدى إفرازات التقدم التكنولوجي، وبصفة خاصة تطور علم الاتصالات. ولهذا فإن البعض يرجع نشأة النقود الإلكترونية إلى عام 1860، حيث تم تحويل مبلغ مالي باستخدام التلغراف. ومع هذا، فإنه من الملاحظ أن المعنى الدقيق للنقود الإلكترونية لا يتطابق مع هذه الواقعة، حيث أن الأمر لا يعدو أن يكون مجرد حوالة نقدية من شخص إلى شخص آخر.

وعلى الرغم من أن خدمة تحويل الأموال قد بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1918 وذلك عندما قامت بنوك الاحتياط الفيدرالي بنقل النقود بواسطة التلغراف، فإن الاستخدام الواسع للنقود الإلكترونية لم يبدأ إلا في عام 1972 عندما تأسست دار المقاصة الآلية. فقد تولت هذه المؤسسة عملية إمداد خزانة الولايات المتحدة الأمريكية وأيضاً البنوك التجارية ببديل إلكتروني لإصدار الشيكات. و على غرار هذا النظام، انتشر وجود أنظمة متشابهة في أوروبا، ونتج عن هذا استخدام النقود الإلكترونية بصورة شائعة في أنحاء المعمورة.

أما البطاقات البلاستيكية الإلكترونية، والتي تعد الصورة الرئيسة للنقود الإلكترونية، فلم تعرف إلا في عام 1970 على يد الياباني (Kunitaka Arimura). وفي عام 1974 طور الفرنسي (Roland

---

[40] محمد منصف تطار، النظام المصرفي الجزائري و الصيرفة الالكترونية، جامعة بسكرة : مجلة العلوم الإنسانية، العدد رقم 02، جوان 2002، ص 190.

Morens) هذا الاختراع من خلال تطوير أوجه استخدام هذه البطاقة الإلكترونية. وفي الواقع فإن (Honeywell Bull) يعد أول من اخترع البطاقة الذكية (Smart Card) التي تمثل الشكل الرئيس للنقود الإلكترونية وكان ذلك في عام 1979. إلا أن هذه الصورة الأولية لهذه البطاقة كانت تتسم برداءة التصميم مما دفع شركة (French Bank Card Assocition) إلى استخدام تكنولوجيا أكثر تقدماً لإنتاج البطاقات الذكية، وظهرت بالفعل أول بطاقة ذكية في عام 1986[41].

الفرع الثاني: تعريف النقود الالكترونية

اتجهت الأدبيات الحديثة على استخدام مصطلحات مختلفة للتعبير عن مفهوم النقود الإلكترونية، فقد استخدم البعض اصطلاح النقود الرقمية (Digital Money) أو العملة الرقمية (Digital currency) ، بينما استخدم البعض الآخر مصطلح النقدية الإلكترونية (Electronic cash) . وبغض النظر عن الاصطلاح المستخدم، فإن هذه التعبيرات المختلفة تشير إلى مفهوم واحد وهو النقود الإلكترونية (Electronic Money) وسوف نستخدم هذا المصطلح الأخير في دراستنا هذه وذلك لشيوع استخدامه ودلالته في نفس الوقت على مضمون ومعنى هذه النقود.

و كما اختلف الفقهاء حول الاصطلاح، فقد اختلفوا أيضاً حول وضع تعريف محدد للنقود الإلكترونية. فلقد عرفتها المفوضية الأوروبية بأنها قيمة نقدية مخزونة بطريقة إلكترونية على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة[42]. و عرفت كذلك بأنها " قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزونة بشكل إلكترونية أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك[43].

---

[41] محمد إبراهيم محمود الشافعي، النقود الإلكترونية ماهيتها، مخاطرها وتنظيمها القانوني، مصر: دار النهضة العربية 2009، ص 58.

[42] European Commission (1998), "Proposal for European Parliament and Council Directives on the taking up, the pursuit and the prudential supervision of the business of electronic money institution", Brussels, 1998, P 727.

[43] Bank for International settlements (BIS), "Implication for central banks of the development of electronic money, Basle, 1996, P. 13.

كما عرفها البنك المركزي الأوروبي بأنها "مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها"[44]. ويعد هذا التعريف هو الأقرب إلى الصحة نظراً لدقته وشموله لصور النقود الإلكترونية واستبعاده للظواهر الأخرى التي يمكن أن تتشابه معها.

وفي الواقع فإننا نستطيع أن نعرف النقود الإلكترونية بأنها "قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها، وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة".

الفرع الثالث: خصائص النقود الإلكترونية

لقد بينا فيما سبق أن النقد الالكتروني نمط جديد من أنماط النقود وهو ما يترتب عليه وجود اختلافات بينها وبين ما سبق من أنماط النقود وهذه الاختلافات بحد ذاتها يمكن أن نعدها خصائص للنقود الالكترونية و منه تتميز النقود الالكترونية بمجموعة من الخصائص هي:

أ- النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً: فالنقود الإلكترونية وخلافاً للنقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل إلكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي.

ب- النقود الإلكترونية ثنائية الأبعاد: إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود. فالنقود الإلكترونية صالحة لإبراء الذمة ووسيلة لدفع أثمان السلع والخدمات دون أن يقتضي ذلك قيام البائع بالتأكد من حقيقة هذه النقود أو من كفاية الحساب البنكي للمشتري.

ت- النقود الإلكترونية ليست متجانسة: حيث أن كل مصدر يقوم بخلق وإصدار نقود إلكترونية مختلفة. فقد تختلف هذه النقود من ناحية القيمة، وقد تختلف أيضاً بحسب عدد السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها الشخص بواسطة هذه النقود. فهذه النقود ليست متماثلة أو متجانسة.

---

[44] European Central Bank, “Report on Electronic Money”, Frankfurt, Germany, August 1998, P. 7.

ث- سهلة الحمل: تتميز النقود الإلكترونية بسهولة حملها نظراً لخفة وزنها وصغر حجمها، ولهذا فهي أكثر عملية من النقود العادية. ويرجع ذلك إلى أنها تعفي الفرد من حمل نقدية كبيرة لشراء السلع والخدمات رخيصة الثمن كالصحيفة أو مشروبٍ أو وجبة خفيفة.

ج- وجود مخاطر لوقوع أخطاء بشرية وتكنولوجية: يلاحظ أن النقود الإلكترونية هي نتيجة طبيعية للتقدم التكنولوجي. وعلى الرغم مما تقدمه هذه التكنولوجية للبشرية من وسائل الراحة والرفاهية، فإنها تظل عرضة للأعطال مما يتسبب في وقوع مشكلات كثيرة خاصة في ظل عدم وجود يد عاملة وخبيرة تكون قادرة على إدارة المخاطر المترتبة على مثل هذه التقنيات الحديثة. وهذا ينطبق على النقود الإلكترونية، وبصفة خاصة تلك التي يتم التعامل بها عبر الإنترنت. وعلى النقيض من ذلك، فإن النقود العادية تتميز بالوضوح وقلة الأخطاء الناتجة عن التعامل بها. ومع هذا فمن المتوقع أن تقل المشكلات الناتجة عن التعامل بالنقود الإلكترونية في المستقبل مع اعتياد استخدامها والتعامل بها.

ح- النقود الإلكترونية هي نقود خاصة: على عكس النقود القانونية التي يتم إصدارها من قبل البنك المركزي، فإن النقود الإلكترونية يتم إصدارها في غالبية الدول عن طريق شركات أو مؤسسات ائتمانية خاصة، ولهذا فإنه يطلق على هذه النقود اسم النقود الخاصة (Money Private).[45]

خ- النقود الالكترونية تتسم بالطبيعة الدولية: أي أنها وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

د – النقود الالكترونية تتسم بالتكلفة المنخفضة: يقدر العاملون في القطاع المصرفي أن تكلفة تقديم الخدمة من خلال القنوات التقليدية يكلف ما لا يقل عن ستة أضعاف تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية الحديثة[46].

ذ- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدين في المكان، و يتم الدفع عبر شبكة الانترنيت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات

---

[45] محمد إبراهيم محمود الشافعي، مرجع سابق، ص 63.

[46] عز الدين كامل أمين مصطفى، الصيرفة الإلكترونية، بنك السودان، مجلة المصرفي، العدد 26، 2001، ص 2.

الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد[47].

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الالكترونية ومزاياها

إن التقدم التكنولوجي في عالم الانترنيت و الإقبال المتزايد للأفراد و المشروعات على الحاسب الآلي و المعلوماتية كان وراء ميلاد المعلومات و التجارة الالكترونية عن بعد، و ظهور مشكلة الوفاء و البحث عن سبل تسوية تلك المعاملات، ومع ظهور التجارة الالكترونية و انتشارها أصبحت وسائل الدفع و السداد تمثل حجر الزاوية لنجاح و تطور هذا النوع من التجارة. فقد اعتمد نجاح التجارة الالكترونية في مراحله الأولى على استخدام بعض نظم و وسائل الدفع و السداد المتاحة مع تطور بعض أساليبها إلى جانب استحداث وسائل جديدة تعد أكثر ملائمة لطبيعة و متطلبات التجارة الالكترونية بمفهومها الشامل و الذي يتضمن إجراء كافة أنواع المعاملات التجارية باستخدام الطرق الالكترونية. و لا شك أن هذه النوع الجديد من النقود التي تعتمد على التكنولوجيا العالية لها مزايا كثيرة للبنوك نفسها وللفرد أيضاً.

و من خلال هذا المطلب سوف نعالج هذه الأنواع الجديد من النقود، تحديد مزاياها على جميع المستويات و أخيرا كيفية التعامل بها.

الفرع الأول: أنواع وسائل الدفع الالكترونية

تعددت وسائل الدفع الالكترونية المستخدمة لتسوية المعاملات الالكترونية و من أهمها نجد:

1- النقود البلاستيكية

و تتمثل في البطاقات البلاستيكية المغناطيسية التي تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها و أشهرها الكارت الشخصي، الماستر كارت، الفيزا...الخ، و يستطيع حاملها استخدامها في شراء

---

[47] محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية و الالكترونية و الدولية و حماية المستهلك، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006، ص 408 - 409.

معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة قد تعرضه لمخاطر السرقة أو الضياع[48].

و تنقسم النقود البلاستيكية إلى:

أ – **بطاقة الدفع(Debit Cards)**: و هي البطاقة التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة للعميل طالب البطاقة، كما تتميز هذه الأخيرة بأنها توفر الوقت و الجهد للعملاء.

ب – **بطاقة الائتمان (Credit Cards)** : و يمنح فيها البنك لحاملها تسهيلا ائتمانيا، حيث يستطيع استعمالها للحصول على السلع و الخدمات مع دفع آجل لقيمتها و يتم احتساب فائدة معينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل في نهاية كل شهر لأنها تعتبر قروضا مقدمة من المصارف، و لا يقوم البنك بإصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة معمقة للعملاء حتى لا تواجهه مخاطر عالية في حالة عدم السداد و من أمثلة هذه البطاقات الفيزا و الماستر كارد.

ت – **بطاقة الصرف البنكي(Charge Cards)**: و هي وسيلة من وسائل الدفع الالكتروني لدى البنوك الالكترونية، و لا تتجاوز فترة الائتمان في تلك البطاقة مدة الشهر الذي تم فيه السحب.

ث - **بطاقة السحب الآلي (Cash Card)**: وهذه البطاقة تخول لحاملها إمكانية سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه من خلال أجهزة خاصة حيث يقوم العميل بإدخال بطاقته إلى جهاز خاص الذي يطلب منه إدخال رقمه السري وتحديد المبلغ الذي يريد سحبه لتتم عملية صرف المبلغ آليا ويسجل هذا المبلغ في الجانب المدين من حساب العميل مباشرة.[49]

---

[48]عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، الإسكندرية: البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية،2001، ص 26.

[49] عبد الفتاح بيومي حجازي، "النظام القانوني لحماية التجارة الالكتروني، نظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدنيا "، الكتاب الأول، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2002، ص 110.

2- البطاقة الذكية (Smart Cards)

هي رقيقة الكترونية فائقة القدرة على تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المبلغ المنصرف، المصرف المصدر لها، تاريخ حياة العميل المصرفية، فهي كمبيوتر متنقل و يمتاز هذا النوع من البطاقات بعدة عناصر ضد عمليات التزوير و التزييف، و تمثل إضافة نظام تشغيل ذكي إلى هذه البطاقات أهم اختراع تكنولوجي في مجال إنتاجها، حيث يتيح هذا النظام لأجهزة قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية التدقيق في تفصيل الحسابات لأصحابها.

و يتم استخدام البطاقات الذكية في العالم في مجالات متعددة منها: تحويلها إلى حافظة نقود الكترونية تملأ و تفرغ من النقود، تحويلها إلى بطاقة لتعريف الهوية أو بطاقة صحية أو تذكرة للتنقل بوسائل النقل العمومي أو بطاقة أمنية، كذلك تستخدم البطاقات الذكية في تأمين إجراءات التحويلات المالية داخل شبكة الانترنيت.

ومن أهم أمثلة البطاقات الذكية نجد بطاقة الموندكس (Mondex) و هو أحدث نظام دفع عالمي تم طرحه على مستوى المصارف، و يتمثل في بطاقة ذات شريحة الكترونية قادرة على تخزين المعلومات و تعد بمثابة كمبيوتر صغير تحمله البطاقة مما يعطيه مرونة كبيرة في الاستخدام تجعلها تجمع بين مميزات النقود الورقية و بطاقات الدفع الحديثة، حيث يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري، و يمكن استخدامها بديلا للنقود في كافة عمليات الشراء سواء كانت قيمة المشتريات صغيرة أم كبيرة، و تتيح التعامل بين حاملي تلك النوعية من البطاقات دون اللجوء إلى فروع البنوك حيث يمكن التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الذاتي أو باستخدام أجهزة الهاتف العادي أو المحمول مما يسهل العمليات التجارية و يفتح مجالا آمنا في السوق و من ناحية المصرف يمكن إدارة هذا النوع من البطاقة بسهولة تامة.[50]

3- النقود الرقمية

بعد ظهور البطاقات البنكية ظهرت " النقود الالكترونية " أو "النقود الرقمية " والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز

---

[50] رأفت رضوان، مرجع سابق، ص 56-57.

الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الالكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل.[51]

وعلى ذلك يمكن تجسيد النقد الالكتروني في صورتين :

- حامل النقد الالكتروني (Le porte- monnaie électronique): يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح بإجراء الدفع للمشتريات الصغيرة .
- النقد الافتراضي (La monnaie virtuelle) : عبارة عن برنامج يسمح بإجراء الدفع عبر شبكات الانترنت .

4- الشيكات الالكترونية

تعتمد هذه الشيكات على وجود وسيط بين المتعاملين و يطلق عليه جهة التخليص، و غالبا ما يكون البنك، حيث يتم فتح حساب و تحديد التوقيع الالكتروني للعميل، و يقوم المشتري مثلا بتحرير الشيك بتوقيعه الالكتروني و يرسله بالبريد الالكتروني المؤمن إلى البائع الذي يوقعه كمستفيد الكترونيا ثم يقوم بإرساله إلى البنك الذي يتولى مراجعته و يخبر كل من الطرفين بإتمام إجراء المعاملة المصرفية، أي خصم الرصيد من المشتري و إضافته لحساب البائع.[52]

5- الأساليب المصرفية الحديثة للدفع

أ – الهاتف المصرفي:

نشأ الهاتف المصرفي مع تطور خدمات البنوك للرد على استفسارات العملاء بخدمة مستمرة على مدار ساعات اليوم و أيام العام لتجنب زحام العملاء و توفير الوقت و الجهد و تحسين مستوى الخدمة، و يختلف نظام خدمات الهاتف المصرفي من بنك لآخر في أساليب و عدد و أنواع الخدمات التي يوفرها هذا النظام و يتم ذلك من خلال:

---

[51] فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الالكترونية: التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2006، ص 118.

[52] محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص 415.

– الاتصالات التليفونية برقم سري خاص، يتم سحب مبلغ من حساب العميل و تحويله لدفع حسابات مختلفة مثل فاتورة الكهرباء و الغاز.

– شاشة في منزل العميل لها اتصال مباشر بالمصرف و تعرض حساب العميل، و يمكن من خلالها سداد الفواتير و المعاملات.

– خدمة صوتية مباشرة بين العميل و المصرف تتم من خلال الاتصال المباشر بين العميل و كمبيوتر المصرف.

– خدمات الهاتف بتقنية عالية لتحويل الأموال و دفع الالتزامات و إجراء جميع العمليات المصرفية و التعاقد على الحصول على قرض.

للإشارة أن بعض العملاء يفضلون استخدام الهاتف المصرفي في العمليات البسيطة أما الحصول على قرض أو فتح اعتمادات مستندية فيفضلون إجرائها مباشرة في البنك لتفادي حدوث أخطاء.[53]

ب– **الصيرفة الالكترونية من خلال الصرافات الالكترونية :**

من وسائل الصيرفة الالكترونية أجهزة الصرف الآلي التي تؤدي دورا هاما في توزيع المنتجات المصرفية وتتمثل فيما يلي :

– **الموزع الآلي للأوراق** (D.A.B) Distributeur Automatique de Billes

هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة الكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة اللجوء إلى الفرع.

– **الشباك الآلي للأوراق (G.A.B) Guichet Automatique Bancaire**

هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا وتنوعا، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك، عمليات التحويل من حساب إلى آخر و غيرها من الخدمات.

–**نهائي نقطة البيع الالكترونية (T.P.V) Terminal Pointe de Vente**

تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الالكتروني الموصول مباشرة مع

[53] عبد الحميد بسيوني، مرجع سابق، ص 178.

الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل (code pin) أين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونيا .

ج – أوامر الدفع المصرفية و خدمات المقاصة الالكترونية:

أوامر الدفع المصرفية هي إحدى وسائل السداد في تاريخ محدد لشخص محدد بناء على طلب العميل، و غالبا ما تتم يدويا لكنها في بعض المصارف تتم من خلال خدمات المقاصة الالكترونية المصرفية المطورة بنظام (GIRO) و يتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع لأي بنك في الدولة مثل دفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حسابات الموظفين أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التامين و المعاشات للمستفيدين.

يطبق أيضا نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي الذي يتم في خدمات مقاصة الدفع الالكترونية للتسوية الالكترونية في المدفوعات بين المصارف ضمن نظام المدفوعات الالكترونية للمقاصة و هو نظام الكتروني للمقاصة تطبقه البنوك لمزايا دفع المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء و بقيمة اليوم.[54]

الفرع الثاني: مزايا وسائل الدفع الالكترونية

ومن المزايا التي توفرها البنوك الالكترونية للزبائن نجد ما يلي:

- العمل اليومي بمعنى خدمة متواصلة 365 يوماً في السنة، بما فيها أيام العطل والأعياد؛

- تمكين العميل من الاطلاع على العملية التي يرغب القيام بها، والاطلاع على جميع الحسابات الأخرى الجارية والاستثمارية؛

- سهولة إجراء التحويلات المالية داخل البلد وخارجه.

أما المزايا بالنسبة للبنوك نفسها نجد ما يلي:

- الميزات التنافسية في المجالات المالية البنكية ؛

---

[54] عبد الحميد بسيوني، مرجع سابق، ص 179.

- إيجاد الولاء المصرفي للزبائن الحاليين للحفاظ عليهم من جهة، وجذب زبائن جدد مرتقبين من جهة أخرى.

- زيادة الدخل المالي للبنوك الوطنية، ومن ثم مساهمتها في إجمالي الدخل الوطني، فالبنوك الوطنية تستطيع تحديد رسوم رمزية على مستخدمي الإنترنت في التعامل المصرفي معها بحيث تساعدها هذه الرسوم في تطوير الخدمة المصرفية عبر الإنترنت، هذه الرسوم سوف تعيد دورتها في اقتصاد البلد وتنعشه من خلال استثمار البنوك الوطنية في الشركات المحلية التي تطور خدمات الإنترنت في هذا المجال.

- تقليص التكاليف الإجرائية باستخدام الأوراق والوقت والجهد في البنوك لإنهاء معاملات الزبائن، الأمر الذي يساعد على خفض التكلفة الكلية التي تقوي الميزة الإستراتيجية التي تعتبرمتغيراً مهماً في التميز التنافسي.

المبحث الرابع: التحديات القانونية و الضريبية التي تواجهها التجارة الالكترونية

إن أنشطة التجارة الالكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها تثير العديد من التحديات القانونية للنظم القائمة ، تتمحور في مجموعها حول اثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية ، فالعلاقات التجارية التقليدية قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب والقبول بخصوص أي تعاقد وعلى أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيعات بشكل مادي وضمن نشاط ايجابي ملموس ، وأن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما مباشرة (نقدا) أو باستخدام أدوات الوفاء البديل عن الدفع المباشر من خلال الأوراق التجارية أو وسائل الوفاء البنكية التقليدية، وإلى هذا الحد فإن قواعد تنظيم النشاط التجاري سواء الداخلية أو الخارجية ، وبرغم تطورها ، بقيت قادرة على الإحاطة بمتطلبات تنظيم التجارة ، إذ بالرغم من تطور نشاط الخدمات التجارية والخدمات الفنية واتصال الأنشطة التجارية بعلاقات العمل والالتزامات المتعلقة بالإمداد والتزويد ونقل المعرفة أو التكنولوجيا ، فإن القواعد القانونية الناظمة للأنشطة التجارية والعقود أمكنها أن تظل حاضرة وقادرة على محاكاة الواقع المتطور والمتغير في عالم التجارة ، لكن الأمر يختلف بالنسبة للتجارة الكترونية

فالتغير ، ليس بمفهوم النشاط التجاري ، وإنما بأدوات ممارسته وطبيعة العلاقات الناشئة في ظله ، كيف لا ، ويتوسط كل نشاط من أنشطة التجارة الالكترونية الكمبيوتر والانترنت أو شبكة المعلومات، إن وجود التقنية وهيمنتها على آلية إنفاذ النشاط التجاري في ميدان التجارة الالكترونية ، بل ضرورتها لوجود التجارة الالكترونية ، كان لا بد أن يخلق تحديا جديدا أمام النظم القانونية القائمة. وليس من شك أن أبرز هذه التحديات يتمثل بالتعاقد الالكتروني وحجية التبادلات الالكترونية و المعاملات الضريبة و الجمركية في بيئة التجارة الالكترونية.

و مما تقدم يمكن معالجة هذا المبحث في الفرعين التاليين:

المطلب الأول: التحديات التشريعية و حماية الأطراف المتعاملة في التجارة الالكترونية

المطلب الثاني: التحديات الضريبية و الجمركية للتجارة الالكترونية

المطلب الأول :التحديات القانونية و حماية الأطراف المتعاملة في التجارة الالكترونية

توصلنا فيما سبق إلى أن التجارة الالكترونية صورة من صور التعاقد عن بعد أدت إلى وجود مشكلات عملية و قانونية تتعلق بفروع القانون المختلفة، و بصفة خاصة في مجالات القانون المدني و القانون التجاري و القانون الدولي الخاص و القانون الجنائي و إجراءات الإثبات.

و لذلك فإن القانون واجب التطبيق ليس هو المشكلة الوحيدة على عقد التجارة الالكترونية و الآثار الناجمة عنه هو من المشكلات التي تتعلق بهذه التجارة، ذلك أنه صعوبة متى كان العقد محليا أي في داخل إقليم الدولة حيث يطبق القانون الوطني، و لكن في الغالب يكون لهذه العقود سمة أو طابع دولي و في هذه الحالة تظهر مسألة القانون الواجب التطبيق و عليه نخصص هذا الفرع لهذه المسألة.

الفرع الأول: مخاطر التجارة الالكترونية و وسائل حمايتها

1- مخاطر التجارة الالكترونية

تعتبر التجارة الالكترونية جزء من الاقتصاد الالكتروني، من خلالها يتم تغطية عمليات بيع و شراء السلع و الخدمات للمستهلكين و المؤسسات عبر شبكة الانترنيت و كل هذه العمليات معرضة

للتهديدات حيث يسهل اختراقها أو التلاعب فيها، طالما أمكن اختراق النظام المعلوماتي ذاته. و لذلك لا بد من حماية هذه التجارة بالمحافظة على سرية المعلومات، لذلك يتعين تحديد المعلومات التي تتسم بهذا الطابع من السرية ثم القيام بتوفير الحماية لها.[55]

هذه التهديدات الأمنية يمكن أن تكون داخلية أو خارجية، و قد تكون عرضية أو مقصودة و قد تكون لفترة أو مستمرة. و أهم هذه التهديدات نذكر:[56]

– **تهديدات الأجهزة:** أول مكونات مواقع و شبكات نظام الانترنيت التي تتعرض للتهديد هي الأجهزة مثل السرقة ، العبث أو التدمير للأجهزة و المعدات أو قطع الكابلات، و كذا الاستخدام الخاطئ أو التصرف غير السليم أو الحماية غير الجيدة بتعرض المعدات للتدمير بالنار أو المياه أو الطاقة الكهربائية.

– **تهديدات البرامج:** تتضمن تهديدات البرامج في حذف برنامج عرضيا أو عن قصد، سرقة برنامج، تشويه برنامج إما نتيجة عطل في الأجهزة أو نتيجة فيروس.

– **تهديدات المعلومات:** التهديدات التي تتعرض لها المعلومات يمكن أن تتضمن الحذف أو النسخ، التشويه الناتج عن مشاكل الأجهزة أو من علة في البرنامج أو السرقة.

– **تهديدات الفيروسات:** الفيروس اصطلاحا دخل حديثا إلى مجال صناعة الحاسب الآلي ليقوم ببعض الأساليب الغادرة و الماكرة و التي يمكن عن طريقها غزو الحاسب، و ببساطة شديدة، فإن الفيروس هو برنامج للحاسب الآلي مثل أي برنامج آخر، لكنه يهدف إلى إحداث أكبر ضرر بنظام الحاسب و له القدرة على ربط نفسه بالبرامج الأخرى، و كذلك إعادة إنشاء نفسه حتى يبدوا كأنه يتكاثر و يتوالد ذاتيا، و يقوم الفيروس بالانتشار بين برامج الحاسب المختلفة و بين مواقع مختلفة في الذاكرة[57]. و يعرفه آخرون بأنه مرض يصيب الحاسب الآلي، فهو ليس فيروسا بالمعنى البيولوجي

---

[55] سهير حجازي، التهديدات الإجرامية للتجارة الالكترونية، شرطة دبي، دولة الإمارات العربية: مركز البحوث و الدراسات العدد 91، ص 1.

[56] عبد الحميد بسيوني، مرجع سابق، ص 133.

[57] هذى حامد قشقوش، جرائم الحاسب الالكتروني في التشريع المقارن، القاهرة: دار النهضة العربية، 1992، ص 99.

المعروف، و لكنه برنامج صغير يتم تسجيله أو زرعه على الأقراص أو الأسطوانات الخاصة بالحاسب و يظل هذا الفيروس لفترة محددة ثم ينشط فجأة في توقيت معين ليدمر البرامج و البيانات المسجلة و المخزنة في داخل الحاسب و يشمل أثره التخريبي الإتلاف و الحذف و التعديل[58].

و يوجد أنواعا كثيرة من الفيروسات نذكر منها الكرة المرتدة، مايكل أنجلو، بطاقة عيد الميلاد، القنبلة المعلوماتية [59] وغيها من الفيروسات.

و تتعرض المؤسسات و مواقع معلومات الانترنيت لأنواع مختلفة و متعددة من المخاطر تتناسب مع حجم مقر المعلومات و أسلوب بنائه و مكان بث معلومات المقر و ارتباط مقر المعلومات بالنظم الداخلية للمؤسسة منها: تغيير محتوى المقر، إغلاق المقر أمام المتصفحين، استخدام الموقع لتنفيذ أعمال خارجية، تخريب الموقع، الدخول على النظم الداخلية.

2- وسائل حماية التجارة الالكترونية

أ- حماية التوقيع الالكتروني

لا تعد الكتابة من الناحية القانونية دليلا كاملا في الإثبات، إلا إذا كانت موقعة، فالتوقيع هو العنصر الثاني من عناصر الدليل الكتابي المعد أصلا للإثبات، بل إن التوقيع هو الشرط الوحيد لصحة الورقة العرفية[60]. و لأن الواقع العملي اتجه إلى إدخال طرق و وسائل حديثة في التعامل لا تتفق مع فكرة التوقيع بمفهومها التقليدي، و إزاء انتشار نظم المعالجة الالكترونية للمعلومات التي بدأت تغزو الشركات و الإدارات و البنوك اعتمادا على هذه الآلات، و إنه لا مجال للإجراءات اليدوية في ظلها، و أصبح التوقيع اليدوي عقبة من المستحيل تكييفه مع النظم الحديثة للإدارة و المحاسبة، و قد تم الاتجاه نحو بديل لذلك التوقيع اليدوي و هو التوقيع الالكتروني.

---

[58] عبادة احمد عبادة، التدمير المتعمد لأنظمة المعلومات الالكترونية، دبي: مركز البحوث و الدراسات، 1999، ص 1.

[59]عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 91.

[60] محمد المرسي زهرة، الدليل الكتابي و حجية مخرجات الكمبيوتر في الإثبات في المواد المدنية و التجارية، مؤتمر القانون و الكمبيوتر و الانترنيت، جامعة الإمارات العربية، 2000، ص 13.

و يعرف بأنه ذلك التوقيع الناتج عن إتباع إجراءات محددة، تؤدي في النهاية إلى نتيجة معينة معروفة مقدما، و يكون مجموع هذه الإجراءات هو البديل الحديث للتوقيع بمفهومه التقليدي أو ما يسميه البعض توقيع إجرائي[61] .

و الحاجة إلى التوقيع الالكتروني سببها اعتبارات الأمن و الخصوصية على شبكة الانترنيت لاسيما في مجال التجارة الالكترونية، التي تشغل حيزا كبيرا من اهتمام المسئولين، كما تثير قلق الكثير من الناس الأمر الذي يسبب نوعا من انعدام الثقة بهذه الشبكة، و لذلك تم اللجوء إلى تكنولوجيا التوقيع الالكتروني حتى يتم رفع مستوى الأمن و الخصوصية بالنسبة للمتعاملين على شبكة الانترنيت، و من خلال التوقيع الالكتروني يتم تحديد هوية المرسل و المستقبل الكترونيا، و التأكد من مصداقية الأشخاص و المعلومات، و أنها نفس المعلومات الأصلية، و لم يتم العبث بها من قبل الأشخاص المحترفين أو الهواة في اختراق الشبكات من ناحية أخرى، و عن طريق هذا التوقيع يمكن الحفاظ على سرية المعلومات و عدم تداولها، و ذلك فيما يتعلق بالشركات المنافسة لبعضها البعض.[62]

و يوجد عدة تعريفات للتوقيع الالكتروني، نجد من بينها:" أنه وحدة قصيرة من البيانات التي تحمل علامة رياضية مع البيانات الموجودة في محتوى الوثيقة"[63]. كذلك فقد عرفه القانون الأمريكي الصادر في 30 يونيو 2000 "بأنه شهادة رقمية تصدر عن إحدى الهيئات المستقلة و تميز كل مستخدم يمكن أن يستخدمها في إرسال أي وثيقة أو عقد تجاري أو تعهد أو إقرار[64].

و التوقيع الالكتروني كما سبق و أن ذكرنا، وحدة قصيرة من البيانات، تحمل علاقة رياضية مع تلك البيانات الموجودة في الوثيقة. و نجد هناك صورتان للتوقيع الالكتروني: التوقيع الرقمي أو الكودي و

---

[61] مرجع سابق، ص 21.

[62] علاء نقشبندي، التوقيع الالكتروني خطوة للأمام، جريدة الإتحاد الإماراتية، عدد يوم 2001/08/21.

[63] عايص راشد عايص المرى، مدى حجية الوسائل التكنولوجية الحديثة في إثبات العقود التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1998، ص 91.

[64] علاء نقشبندي ، مرجع سابق.

ذلك عن طريق استعمال عدة أرقام يتم تركيبها لتكون في النهاية كودا يتم التوقيع به، و هناك التوقيع البيومتري و يسمى التوقيع بطريقة pen-on.[65]

ب- حماية الملكية الفردية

إن خصائص التجارة الالكترونية و الانترنيت ألا و هي الثراء الإعلامي، الامتداد العالمي، تأثير الشبكات و التغيير التكنولوجي السريع، كلها تبرز أهمية حماية الملكية الفكرية و التحديات التي تواجهها، لذلك ينبغي أن يسير أي تحليل لحماية الملكية الفكرية على عدة جبهات في وقت واحد.

و بناء على ذلك لا بد على مهندسي قوانين حماية الملكية أن يوازنو بين حماية الملكية الفكرية التي تتكلف مبالغ باهظة في إنتاجها و لكن يسهل نسخها، و بين الرغبة في تعزيز المنافسة و تشجيع الابتكار[66].

فالمنتج لأي سلعة أو مصنف أدبي أو فني أو اختراع أو رسم أو نموذج لا بد أن يحصل على حقوقه على ما أنتجه من المستهلك في كافة المعاملات الالكترونية، كما أن المستهلك يهمه أيضا الحصول على منتجات أصلية تحمل اسم أو علامة صحيحة و مسجلة قانونا على المستوى الدولي.[67] و لكن نجم عن الاستخدام المتزايد لشبكة الانترنيت ارتفاع نسبة المنازعات العقدية و الغير عقدية، و من أبرز هذه المنازعات غير العقدية: حق المؤلف، براءة الاختراع، العلامات التجارية، أسماء الحقول (النطاق).

ج- حماية المستهلك

تمنح الانترنيت للمستهلكين فرصا فريدة للاختيار و الدخول إليها، و مع توقع زيادة عدد المستخدمين من سنة إلى أخرى، فإن هناك إمكانيات غير عادية لنشوء أنشطة أعمال جديدة، رغم ذلك، ففي عالم الانترنيت المتسم بإغفال الهوية و الذي لا حدود له، يتفاعل المشترون و البائعون عبر الحدود الوطنية، الأمر الذي يجعل الاحتيال و الخداع أكثر إثارة للتحدي. و حتى يتحقق حلم التجارة

---

[65] هدى حامد قشقوش، جرائم الحاسب الالكتروني في التشريع المقارن، القاهرة: دار النهضة العربية، 1992، ص 106.

[66] كاترين ل . مان، مرجع سابق، ص 117.

[67] السيد عليوه، مرجع سابق، ص 29.

الالكترونية، يلزم للبائعين و المشترين أن يثقوا في أن المنتجات التي يشترونها و الشركات التي يتعاملون معها ممثلة على الشبكة تمثيلا نزيها، و أنهم سوف يحصلون ما يدفعون ثمنه، و سوف يقبضون ثمن ما يبيعونه، و أنهم يمكنهم اللجوء إلى القضاء إذا لم يتم ذلك.

و قد عملت الحكومات على تشجيع ثقة المستهلكين من خلال القوانين و اللوائح اللازمة لحماية المستهلكين من الاحتيال في العالم المادي الملموس، لكن أصبح لتطوير السياسات للعالم الااليكتروني أولوية ذات أهمية متزايدة.[68]

و من المشكلات الأساسية التي يواجهها المستهلكون في المعاملات الالكترونية غياب المعلومات الواضحة، فلا بد على المتعاقد أن يمد الطرف الآخر بالمعلومات الضرورية اللازمة لمساعدته على اتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه[69]، فالعقود التي تبرم على الشبكة مباشرة يجب أن تحدد النقاط الأساسية التالية: هوية البائع و محل إقامته، السعر الإجمالي، ترتيبات السداد و الشحن، و أية شروط تتعلق بالمشتريات، بما في ذلك الضمانات و ترتيبات الإعادة ورد المبالغ، و آليات التعامل مع الشكاوى. كما أن الوساطة الالكترونية تجعل الاحتيال و الخداع أكثر سهولة، و الوسائل التسويقية التي تغري المستهلكين بالاندفاع في الشراء، و مواقع الشبكة المزيفة، كلها تجعل من الصعب على المستهلكين التفرقة بين الأشياء الزائفة المدلسة و الأشياء الحقيقية.

و ينبغي على صانعي السياسات بوجه عام، أن يحددوا كيفية التوصل لنهج بسيطة و قابلة للتطبيق المتبادل لحماية المستهلك من الغش و التحايل الذي قد يقع ضحية له، ذلك أن المستهلك عبر الانترنيت له ذات الحقوق المستهلك العادي و لا يفترقان سوى في التقنية التي يتعامل بها المستهلك في التجارة الالكترونية[70]. و حرصا على معالجة قضايا حماية المستهلك أصدر الإتحاد الأوروبي توجيه بشأن خدمات مجتمع المعلومات، الذي يتناول التجارة الالكترونية و يوضح الإطار التنظيمي، و يحمي حقوق المستهلكين و يوفق التوجيه بين القواعد، بما يضمن أن يكون في مقدور المواطنين

---

[68] كاترين ل. مان، مرجع سابق، ص 135.

[69] أحمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، القاهرة: دار النهضة العربية، 1994، ص 104.

[70] هدى حامد قشقوش، جرائم الحاسب الالكتروني في التشريع المقارن، مرجع سابق، ص 23.

توريد و استقبال التجارة الالكترونية في جميع أنحاء الإتحاد الأوروبي، و يعتمد هذا التوجيه على قواعد الإتحاد الأوروبي الحالية لحماية المستهلكين، و التي تشمل العقود و المعاملات الالكترونية و الشروط المجحفة في عقود المستهلكين، و الإعلانات المضللة. و فيما دون الحكومات و أنشطة الأعمال و المستهلكين، يوجد هنالك لاعبون آخرون على سبيل المثال أنصار المستهلكين في أوروبا و الولايات المتحدة، الذين أوصوا من خلال حوار المستهلكين، بوضع مقاييس لتوفير حماية لما يدور داخل عالم الانترنيت، تناظر الحماية الممنوحة خارج هذا العالم، و تشمل هذه المقاييس العقود المبسطة و حدود مسؤولية المستهلكين، و اللجوء إلى القوانين و المحاكم في بلدان المنشأ، و التعاون فيما بين الحكومات لدعم التعويض القانوني.[71]

د– تشفير البيانات

استخدم الإنسان التشفير منذ نحو ألفي عام قبل الميلاد لحماية رسائله السرية، وبلغ هذا الاستخدام ذروته في فترات الحروب خوفاً من وقوع الرسائل الحساسة في أيدي العدو.

و في القرن الحالي أصبح تأمين المعاملات التجارية و تأمين وسائل و طرق الدفع يعد هو التطور التكنولوجي الأساسي المطلوب للانطلاق بالتجارة الالكترونية، و لقد أظهرت المعاملات المالية على الانترنيت الحاجة لتوفير حماية للمعاملات الالكترونية و البيانات الاسمية و ذلك عن طريق شخص ثالث ليس من أطراف العقد، حتى يوثق البيانات المتبادلة و بصفة خاصة التوقيع الالكتروني، و يشهد بصحته دون أن يكون له مصلحة شخصية في هذه البيانات.[72]

و يهدف التشفير إلى منع الغير من التقاط الرسائل أو المعلومات و من ثم منع وصولها مشوهة للطرف الآخر في المعاملة التجارية على نحو يعرقل هذه التجارة، و في كل الأحوال لا بد من حماية الرسالة و ضمان وصولها بالشكل المطلوب إلى مستقبل هذه الرسالة .

و الحقيقة أن التجارة الالكترونية عبر الشبكة تتسم بوجود طرف ثالث قد يكون من الغير مستخدم الشبكة و يمكنه بسهولة الإطلاع على المعلومات المتعلقة بهذه التجارة، و للحفاظ على سرية بيانات هذه التجارة، فلا بد من تشفيرها بأرقام و رموز معينة بحيث يصعب على الآخرين الوصول إلى

---

[71] كاترين ل . مان، مرجع سابق، ص 138.

[72] مدحت رمضان، جرائم الاعتداء على الأشخاص والإنترنت، القاهرة: دار النهضة العربية، 2000، ص 32.

حقيقة هذه المعلومات و البيانات، و لا يعرفها إلا من يوجد بطرفه مفتاح فك هذه الشفرة، و هو المفتاح الخاص لا يعرفه سوى أطراف العقد في التجارة الالكترونية.

و بالتالي يعتبر التشفير وسيلة فاعلة و ناجحة في حماية نظام التجارة الالكترونية، و التي تعتمد على نظم معلوماتية تتداول فيها بيانات و معلومات معالجة، و هذه المعلومات ذات قيمة اقتصادية كبيرة، فضلا عن أن أموال التجارة ذاتها تتداول عبر نظام معلوماتي يمكن اختراقه، من هنا تأتي أهمية التشفير بوصفه عملية حماية لأموال التجارة الالكترونية.[73]

و يقوم التشفير على تغيير محتوى الرسالة الالكترونية باستخدام برنامج مخصص يسمى مفتاح التشفير، حيث يجري تشفير الرسالة قبل إرسالها عن طريق هذا البرنامج الذي يمكن المرسل إليه من استعادة الصورة الأصلية لمحتوى الرسالة عن طريق العملية العكسية للتشفير، و من أهم أنظمته المتعددة نجد:[74] التشفير باستخدام المفتاح المتماثل، نظام التشفير بالمفتاح العام، المزج بين نظامي المفتاح المتماثل و المفتاح العام، نظام التشفير باستخدام المفتاح العام المزدوج.

الفرع الثاني: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية

1- القواعد القانونية

لم يكن هناك قواعد قانونية دولية تحكم التجارة الالكترونية، لذلك قامت المنظمات الدولية ذات الصلة بإعداد قواعد تعاقدية هدفها تسهيل عمليات هذه التجارة من خلال الاسترشاد بهذه القواعد.

و من أهم القواعد العقدية الاسترشادية في مجال التجارة الالكترونية القواعد الموحدة للسلوك في مجال تعادل المعطيات التجارية بوسائل الاتصالات و التي وضعتها لجنة الأمم المتحدة للقانون الدولي التجاري. و هي عبارة عن مجموعة من النصوص و القواعد العامة المخصصة لاستخدام المتعاملين في حق التجارة الدولية، و الذين يستخدمون أنظمة التجارة الالكترونية في هذه المعاملات.[75]

---

[73] عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 210 – 211.

[74] محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الالكترونية، عمان: دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2005، ص 74- 78.

[75] محمد السيد عرفة، مرجع سابق، ص 02.

كذلك هناك مجموعة القواعد التي وضعتها اللجنة البحرية الدولية في دورة انعقادها الرابعة والثلاثين خلال الفترة 24–29 يونيو 1990 في صورة مشروع لقواعد تعاقدية تتعلق بسندات الشحن الالكترونية. و هذه القواعد التي وضعت بمعرفة لجنة القانون التجاري الدولي التابعة للجمعية العامة للأمم المتحدة و تلك التي وضعتها اللجنة البحرية الدولية فإنها تتطلب إبرام عقد أو اتفاق لتبادل المعطيات المعلوماتية بين الأطراف الأعضاء في شبكة الانترنيت، عندما يرغبون في إبرام الصفقات بينهم من خلال وسائل الكترونية مثل الانترنيت.[76]

و قد قامت جماعات المستخدمين للانترنيت و المنظمات الوطنية في عدة دول بإعداد نماذج لعقود أو اتفاقات خاصة بتبادل المعطيات المعلوماتية و ذلك خارج نطاق مجلس الإتحاد الأوروبي و الجمعية العامة للأمم المتحدة، و تنقسم إلى نوعين : النوع الأول ينحصر تطبيقه في دول معينة ، و هي نماذج وطنية بحتة لا تطبق خارج حدود الدولة حيث أعدتها هيئات تابعة للدولة و تسري عليها القوانين و الأنظمة الوطنية السارية فيها. و أما النوع الثاني فهو يمثل نماذج ذات استخدام محصور أو محدد بقطاع معين أو ببعض المسائل القانونية، مثالها مشروع اتفاقات تبادل المعطيات المعلوماتية التي أعدها مجلس التعاون الجمركي في مارس 1990.

أما في فرنسا، و من أجل تسهيل التعاقد عبر الانترنيت فقد تمت صياغة العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الالكترونية بين التجار و المستهلكين و الذي تم اعتماده من مكتب غرفة التجارة و الصناعة في باريس في 30 أبريل 1998 من اللجنة القانونية للجمعية الفرنسية للتجارة و المبادلات الالكترونية في 04 مايو 1998، و قد تمت صياغته و وضع نصوصه حسب القانون الفرنسي بطبيعة الحال. و مع ذلك ليس هناك ما يحول دون إمكانية تطبيق القواعد الواردة به أمام إحدى المحاكم الأجنبية إذا رأى القاضي أن هذه القواعد الاتفاقية تحقق للمستهلك حماية أكثر من تلك التي يحققها له قانونه الوطني.[77]

و يلاحظ على هذا العقد النموذجي، و إن كان يقبل تطبيق القواعد العامة للعقد في القانون المدني عليه، إلا أنه يجب أن تطوع هذه القواعد العامة حتى لا تتصادم مع التقنية الحديثة، ذلك أن اللجوء

---

[76] نفس المرجع السابق، ص 20.

[77] أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الانترنيت، مصر: دار النهضة الغربية، 1998، ص 03.

إلى الأدوات المعلوماتية و الوسائل الالكترونية في التعاقد تؤدي إلى استحداث بعض القواعد الخاصة التي يجب أن تحظى بالاهتمام الأكبر في هذا الشأن، هذا بالإضافة إلى تطبيق بعض القواعد الخاصة الموجودة سلفا و التي قد تنطبق على هذا التعاقد[78].

2- القانون النموذجي للأمم المتحدة (قانون اليونسترال)

صدر هذا القانون في 12 يونيو 1996 عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، و تم إقراره بناء على التوصية الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 162/51 في 16 ديسمبر 1996، حيث أخذ بمفهوم واسع للتجارة الالكترونية و لم يتم بالتفاصيل الفنية المستخدمة فيها.

و هذا القانون يعد عملا تشريعيا صادرا عن الجمعية العامة للأمم المتحدة، و مكون من سبعة عشر مادة قابلة للزيادة في المستقبل. و هذه المواد مقسمة إلى بابين كما يلي:

- **الباب الأول:** و يعالج موضوع التجارة الالكترونية بصفة عامة في المواد من 1 إلى 15 و مقسم إلى ثلاثة فصول هي:

الفصل الأول: تحت عنوان "أحكام عامة" في المواد من (1 إلى 4)، ورد فيه نطاق تطبيق القانون و تعريفات عامة و قواعد التفسير، و إمكانية الخروج على أحكام هذا القانون النموذجي، و لكن بمقتضى قواعد اتفاقية.

الفصل الثاني: تحت عنوان "تطبيق المتطلبات القانونية على الرسائل و المعطيات" و ذلك من المواد (5 إلى 10)، و موضوعاته الاعتراف القانوني بالرسائل و المعطيات الالكترونية و الكتابة و التوقيع و أصل النسخة و إمكانية قبول المستند و قوته القاطعة في الإثبات، و كيفية حفظ رسائل المعطيات الالكترونية.

الفصل الثالث: و تحت عنوان " تبادل رسائل المعطيات الالكترونية" و ذلك في المواد (11 – 15) و موضوعاته تكوين و صلاحية العقود و اعتراف الأطراف بالوسائل المعطاة إلى الراسل و المرسل إليه و إيصال الاستلام و تحديد مكان إرسال و استقبال رسالة المعطيات و المعلومات.[79]

[78] نفس المرجع السابق، ص 29.

[79] عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 166.

– **الباب الثاني:** فقد تضمن المادتين 16 و 17، و رغم أنه مقسم إلى عدة فصول فلم يرد فيه سوى الفصل الأول فقط، فيما يتعلق بعقود نقل البضائع و المستندات، و لذلك فقد أعلنت لجنة القانون التجاري الدولي أن هذا القانون النموذجي ستضاف له نصوصا في المستقبل، و يلحق بهذا القانون ملحق داخلي، يوجه خطابه إلى الدول الأعضاء بكيفية إدماج هذا القانون ضمن التشريعات الوطنية لهذه الدول.

و هذا القانون النموذجي الصادر عن الأمم المتحدة، يتضمن نوعين من القواعد، النوع الأول هي القواعد الآمرة التي تتعلق بالتطبيق العام للقانون، والثاني نصوص تكميلية لا تطبق على المستخدمين إلا في حالة عدم وجود اتفاق يخالف هذه القواعد.

كما يمكن القول أن من مزايا هذا القانون النموذجي ما يلي:

– توحيد القواعد القانونية المعمول بها في مجال التجارة الالكترونية؛

– للدول و الأشخاص المتعاملين في هذه التجارة الأخذ بأحكام هذا القانون؛

– يسري هذه القانون على التجارة الالكترونية الدولية و الداخلية على حد سواء.

لكن يلاحظ أن هذا القانون و إن كان قد اهتم بالعمليات التجارية فقط دون العمليات المدنية و الإدارية، فقد تجاهل قواعد حماية المستهلك[80]. و لا شك أن حماية المستهلك من القواعد الأساسية التي يتعين الاهتمام بها في نطاق التجارة الالكترونية، بوصف أن هذه التجارة عبارة عن سلعة أو خدمة من ناحية، و مستهلك لهذه السلعة أو الخدمة من ناحية أخرى.[81]

المطلب الثاني: التحديات الضريبية و الجمركية للتجارة الالكترونية

تمثل الرسوم الجمركية و الضرائب بشقيها المباشرة و غير المباشرة أهم موارد الدولة السيادية، و التي تحقق للدولة إمكانية التوسع المستقبلي في تنفيذ المشروعات اللازمة لتحقيق التنمية و الاستثمار، و هي أحد حقوق المجتمع ، و في ظل النمو السريع و الرهيب لحجم التجارة الالكترونية على المستوى الدولي، فإن قضايا الضرائب تعد واحدة من أهم القضايا الساخنة و الحساسة على الساحة الدولية، و

---

[80] محمد السيد عرفة، مرجع سابق، ص 30.

[81] أحمد صادق القشيري، دراسة تحليلية لعقود التجارة الدولية، مصر: دار النهضة العربية، 2000، ص 11.

التي تعددت فيها الآراء، و في ظل الدراسات التي تم عرضها سابقا فإن الاتجاه العالمي اتجاه مشاكل التجارة الالكترونية يمكن بلورته في اتجاهين:[82]

- **الاتجاه الأول:**

و تدعمه بعض الدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية، و هذا الاتجاه يرمي إلى تحرير التجارة الالكترونية من القيود أو المعوقات أو التشريعات، أو أساليب قد تحد من حجم و عوائد التجارة الالكترونية، و بالتالي فإن هذا الاتجاه يدعوا إلى إلغاء كل أنواع الضرائب و الرسوم على المعاملات و الصفقات الالكترونية، و التي يتم تنفيذها عبر شبكة الانترنيت بما في ذلك عمليات التسليم .

- **الاتجاه الثاني:**

و تدعمه الدول النامية و بعض دول أوروبا، و هذا الاتجاه يقوم على تحقيق العدالة الاجتماعية، مما يتطلب المساواة في فرض و تحصيل الضرائب و الرسوم على السلع التي يتم تداولها عن طريق التجارة الالكترونية، و السلع التي يتم تداولها باستخدام الأساليب التقليدية، مع تحفيز وسائل التجارة الالكترونية و تسهيل إجراءات فرض و تحصيل الضرائب و الرسوم، مع توفير حوافز في نفس الوقت لزيادة و نمو التجارة الالكترونية، مع وضع أسلوب مناسب للسداد يحقق الملائمة لطبيعة و مقتضيات التجارة الالكترونية.

و يعتبر ظهور التجارة الالكترونية و تطورها تحدي حقيقي أمام الفكر الضريبي التقليدي، حيث يلاحظ أن الكثير من المبادئ التقليدية تحتاج لتطوير لكي تضم في طياتها التجارة الالكترونية.

و من أهم المشاكل التي تواجهها التجارة الالكترونية نجد:

1 – مشكلة الحصر (تحديد المجتمع الضريبي للتجارة الالكترونية):

ذلك لأن جزء من التجارة الالكترونية يعتبر غير منظور، لأن مفهوم التجارة الالكترونية متعدد الأبعاد، و تأخذ التجارة الالكترونية أشكال و مستويات عديدة ، حيث قد تتم التجارة الالكترونية بين المؤسسات التجارية بعضها البعض، أو بين المؤسسات التجارية و المستهلكين،أو بين المؤسسات

---

[82] يوسف محمد جربوع ، المعاملة الضريبية للتجارة الالكترونية، مجلة الدراسات المالية و التجارية، كلية التجارة – بني يوسف، جامعة القاهرة، السنة التاسعة، العدد الثاني، أكتوبر 1999، ص 219–220.

التجارية و الحكومة، و ذلك قد يكون داخل الدولة أو بين الدول، أو حتى قد تتم بين دولتين أجنبيتين من خلال وسيط محلي، و يمكن تصوير ذلك على الشكل التالي:[83]

– التجارة الالكترونية بين مؤسسة و أخرى داخل نفس الدولة، و هذا النوع من التجارة يتم بين مؤسسة و أخرى داخل نفس الدولة عبر شبكة الانترنيت و يشمل تقديم طلبات الشراء إلى الموردين، تسليم الفواتير، و القيام بعمليات الدفع، حيث يتم تبادل هذه الوثائق الكترونيا، و بعد إتمام الصفقة عبر شبكة الانترنيت و الاتفاق على مكان و زمان تسليم السلعة أيضا عبر الشبكة، تتم بعد ذلك تسليم السلعة من المؤسسة البائعة إلى المؤسسة المشترية، و تتمثل صعوبة هذه العمليات في جمع الفواتير و إذن التوريد و عمليات الدفع تتم الكترونيا، و قد لا يتم تسجيلها بالدفاتر، أو يصعب الحصول على مستندات خاصة بها.

و هذا النوع هو ما يسمى بالتجارة الالكترونية المحلية، و الذي يمكن تطبيق مبدأ الإقليمية عليه دون حدوث ازدواج ضريبي دولي.

– التجارة الالكترونية التي تتم بين مؤسسة داخل الدولة و مؤسسة أخرى أجنبية، حيث يتم التعامل هنا بين مؤسسة محلية و أخرى أجنبية، عبر شبكة الانترنيت و ذلك يتم بعرض السلعة و الإعلان عنها و تقديم طلبات الشراء و أذون التوريد و تسليم الفواتير و عمليات الدفع، كل هذه المعاملات تتم الكترونيا، كما يتم في التعاقد الاتفاق على المكان و الزمان، و يعد هذا الشكل من أكثر أنواع التجارة الالكترونية شيوعا، حيث قد يتم نقل السلع عبر المنافذ الجمركية، و قد يكون مثل هذا النوع من التعامل سهل الحصر، حيث يتم حجز السلعة في المنافذ الجمركية لحين فرض الرسوم الجمركية أو الضريبية عليها، و إن كانت هناك صعوبات في أن معظم مستندات الشحنة من دفاتر و مستندات و عمليات دفع تتم الكترونيا.

– التجارة الالكترونية بين المؤسسة و المستهلكين محليين أو أجانب، حيث أن هذا النمط توسع بشكل كبير مع استخدام الانترنيت، حيث أصبح هناك ما يسمى بالمراكز التجارية على الانترنت، و هي تقدم كل أنواع السلع و الخدمات للمستهلك، باستعراض السلع المتاحة و تنفيذ عمليات الشراء، و

[83] رأفت رضوان، مرجع سابق، ص 220.

بالتالي يشكل هذا النوع صعوبة بالغة في رقابته ضريبيا، و حصر المعاملات التي تتم عن طريقه و صعوبة تطبيق مبدأ الإقليمية و بالتالي القواعد التقليدية عليه.

– التجارة الالكترونية بين دولتين أو شركتين عبر وسيط محلي، و هذه تعد تجارة الكترونية غير منظورة، حيث لا يكون هذا الوسيط المحلي له كيان مادي كشركة، و لا تنتقل السلعة هنا عبر المنافذ الجمركية لدولة الوسيط، و تتم عملية المدفوعات و التحويلات بشكل الكتروني، و هذا النوع من التعامل يكون صعب الحصر، إلا من خلال رقابة شبكة الانترنيت دوليا، و بالتالي فالتعاون الدولي ضروري في هذا المجال، أيضا يصعب تطبيق مبدأ الإقليمية خصوصا إذا كان هذا الوسيط يمارس العمل بشكل شخصي و ليس عبر كيان مادي معين.

– تجارة الخدمات و الاستشارات الالكترونية، حيث يقوم المهنيين من الأطباء و المحامون و المهندسون بتأدية العديد من الخدمات المهنية عبر الانترنيت، و هذا النوع من الخدمات يعد هو التحدي الحقيقي لعملية الحصر الضريبي، حيث أن هذه الخدمات قد لا يتم تسجيلها بالدفاتر، و لا يوجد بها أي مستندات و لا تحتاج إلى كيان مادي معين لممارستها، و يعتبر جزء هام من التجارة الالكترونية غير المنظورة، و يلاحظ أن أداء الخدمة قد يكون لجهات محلية أو خارجية، و قد يمارس من خلال مكتب أو مكان معين أو بشكل شخصي بدون الحاجة إلى كيان مادي معين.

2 – مشكلة التهرب الضريبي و التجارة الالكترونية غير المنظورة:

التجارة الالكترونية قد تكون منظورة بمعنى أن هذه التجارة تتم بين شخص أو منشأة داخل الدولة، و شخص أو منشأة أخرى خارج الدولة، و بالتالي يترتب عليها خروج أو دخول سلع و منتجات عبر المنافذ الجمركية للدولة، و بالتالي يتم اكتشافها و التحكم فيها و رقابتها، أثناء دخولها أو خروجها عبر هذه المنافذ، و بالتالي يمكن الحد من حالات التهرب الضريبي على هذا النوع من الضرائب أو تقليلها لأدنى حد ممكن.

و قد تكون التجارة الالكترونية غير منظورة، و هي التي تتم عن طريق وسيط داخل الدولة، و لكن تجرى الصفقة بين ممولين في دولتين آخرين، حيث يكون انتقال السلعة من الدولة س إلى الدولة ص عن طريق وسيط في الدولة ع كل ذلك من خلال شبكة الانترنيت، دون أن يكون هناك دخل

للدولة ع في دخول أو خروج السلع و المنتجات عبر أراضيها، و أيضا قد تتم التجارة الالكترونية دون الحاجة لكيان مادي معين لممارستها.

و لا شك أن المشكلة الحقيقية للتجارة الالكترونية حاليا هي التجنب الضريبي نتيجة للوضع الفوضوي بعدم صدور تشريعات تراعي ظروف التجارة الالكترونية، و لا شك أن عدم ملاحقة و عدم تحديد العوائد التي تتم عن طريق التجارة الالكترونية، هو أحد العوامل الأساسية التي أدت إلى استغلال البائعين لهذا الوضع الضريبي غير المحدد للتجارة الالكترونية، و الذي أدى بهم إلى تحقيقي أرباح طائلة، و تهريبها ضريبيا.

3 – مشكلة الازدواج الضريبي و الدولة التي لها حق فرض الضريبة:

استخدمت بعض الدول فكرة المنشأة الدائمة لتحديد السيادة الضريبية بين الدول، بحيث يكون من حق الدولة التي يعمل فيها الممول – من خلال وجود مادي أو عن طريق ممثل له– أن تفرض الضريبة على الدخل المحقق نتيجة مزاولة النشاط عن طريق هذا الكيان الذي اصطلح على تسميته بالمنشأة الدائمة.

و لكن هذا المبدأ صار مهددا مع ظهور التجارة الالكترونية، حيث صار في الإمكان ممارسة المنشأة لنشاطها دون الحاجة لوجود كيان مادي، أو ممثل مقيم لمقدم السلعة أو الخدمة في دولة مصدر الدخل، حيث لم يعد هناك حاجة للكيان المادي لتقديم الخدمة أو تسليم السلعة، مما يعني فشل فكرة المنشأة الدائمة، في حصر الكثير من صور المعاملات و الصفقات التي تتم على نطاق محلي أو دولي.

و هذا الوضع أدى إلى أن كل دولة تحاول الحد من ظاهرة التهرب الضريبي عن طريق التجارة الدولية و تعطي لنفسها الحق في فرض الضرائب، مما يؤدي في التالي إلى حدوث ازدواج على الصفقة الواحدة لان دولة مصدر الدخل ترى أن لها الحق في فرض الضريبة على الدخل، في حين ترى دولة الموطن (موطن الشركة) أن لها حق فرض الضريبة، مما يعني أن الصفقة الواحدة قد تفرض عليها الضريبة من دولة مصدر الدخل و من دولة الموطن مما قد يؤِدي بالتالي إلى انكماش حجم التجارة الالكترونية.

4 – مشكلة السيادة الضريبية للدولة على التجارة الالكترونية:

يثار هنا التساؤل التالي: كيف تحدد الدولة سيادتها الضريبية على المعاملات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية خاصة و أن الصعوبة الأساسية لهذه المعاملات، كون أنها قد تمثل معاملات غير منظورة، و قد يكون أحد أطراف الصفقة داخل الدولة، و قد يكون طرفيها داخل الدولة، و قد لا يكون أيا منهم داخل الدولة.

5 – مشكلة صعوبة تتبع المعاملات التي تتم عبر التجارة الالكترونية:

ذلك لأن هذه المعاملات تتم عبر شبكة الانترنيت العالمية و بالتالي يثار التساؤل كيف يتم تتبع هذه المعاملات من جانب الإدارة الضريبية هل يتم تتبع ذلك من خلال فرض رقابة على هذه الشبكة العالمية؟ و هذا يتطلب بلا شك تعاون دولي، كما يتطلب تصميم برامج فنية للرقابة على الصفقات التي تتم عبر الشبكة، أم هل يتم تتبع هذه الصفقات محليا من جانب كل دولة على حدى؟ و في هذه الحالة هل يتم تعيين موظف من قبل مصلحة الضرائب في كل منشأة لديها جهاز كمبيوتر، دون إمكان تسجيل هذه الصفقات في دفاتر الممولين، و ماذا يكون الأمر إذا تم إبرام هذه الصفقات من جانب أحد الأفراد و ليس المنشأة من خلال الكمبيوتر الشخصي الذي يحمله الفرد في سفرياته، و قد يتم إبرام هذه الصفقة من خارج الحدود الإقليمية للدولة، لا شك أن الموضوع شائك و يحتاج لحلول لإحكام الرقابة و تتبع هذه المعاملات، خصوصا و أن أطراف هذه الصفقات قد لا يحتفظوا بسجلات ضريبية لديهم، و بالتالي كيف يتم التمكن من مراجعة هذه المعاملات ضريبيا من جانب السلطات الضريبية؟ و هكذا تبقى التجارة الالكترونية تخلق تحديا ضريبيا حقيقيا.

خلاصة الفصل الأول:

مع انتشار و تطور التقنيات الحديثة في مجال المعلومات و الاتصالات ظهر ما يسمى الاقتصاد الرقمي، هذا الأخير كان له الأثر الكبير في التغيير الاجتماعي و الاقتصادي و السياسي في العالم، كما استطاعت هذه التطورات التكنولوجية خلق فجوة رقمية كبيرة بين الدول المتطورة و الدول النامية. و تعتبر التجارة الالكترونية أحد إفرازات الاقتصاد الرقمي و أصبحت تشكل أحد المفاهيم الجديدة التي دخلت عالم الفكر و المعرفة، و أصبح تداولها شائع الاستخدام في العديد من الأنشطة الإنسانية التي لها علاقة بثورة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و بالتالي تمثل إحدى مظاهر توظيف التقنية الرقمية في مجال الأعمال، و لذلك تشير التجارة الالكترونية إلى عمليات بيع و شراء المنتجات و تبادل المعلومات بين البائعين و المشترين من خلال شبكات الحاسبات الآلية و الانترنيت، و مع تطور هذه الأخيرة مع نهاية القرن العشرين، تطورت معها الأنشطة الاقتصادية و تميزت باتجاه قوي نحو جعل الأسواق التجارية ذات صبغة عالمية، اعتمادا على التطور المذهل في الإمكانيات المبتكرة في الاتصالات الدولية و تكنولوجيا المعلومات. و مع تطور حماية التعاملات التجارية على شبكة الانترنيت التي تم وضع مقاييس لها، أصبحت التجارة الالكترونية جزء من الواقع الاقتصادي الدولي.

و يمكن تلخيص أهم النتائج المتوصل إليها في هذا الفصل النظري فيما يلي:

- لقد تعددت المفاهيم المتعلقة بالتجارة الالكترونية، فكل مفهوم ينظر إليها من منظور معين، و بصفة عامة يمكن القول أن التجارة الالكترونية تتضمن استخدام تكنولوجيا المعلومات للقيام بالاتصالات و إتمام الصفقات بين جميع الأطراف المعنية من مؤسسات، زبائن، موردين، حكومة، مؤسسات مالية، مديرين، موظفين و الجمهور بشكل عام.

- إن التجارة الالكترونية حسب مفهومها تهدف إلى تعظيم حجم المعاملات التجارية في مختلف المستويات بواسطة وسائل الاتصال الالكترونية المبتكرة، كما تهدف إلى تحسين إمكانية الوصول إلى معلومات أفضل عن الأسواق، و تقديم منتجات و خدمات تستوعبها هذه الأسواق، و لذلك تعتبر وسيلة متميزة و غير مسبوقة للوصول إلى أسواق العالم جميعها في وقت واحد و بأقل التكاليف لإشباع الرغبات و الحاجات.

- بروز ثورة تقنية المعلومات والاتصالات وظاهرة التجارة الإلكترونية كأحد أبرز المنجزات في تاريخ البشرية مع دخوله الألفية الثالثة، واعتبارها أداة مهمة في تغير أنماط الحياة اليومية لاسيما الاقتصادية سواء على مستوى الأفراد أو المجتمعات أو الأمم، والدخول بها في عصر الاقتصاد الجديد أو ما يطلق عليه الاقتصاد الرقمي.

- تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية واتساع مجالات استخدامها لتشمل كافة مستويات التعاملات الاقتصادية بين مختلف الوحدات والقطاعات الاقتصادية.

- توفر التجارة الالكترونية فرصا و فوائد عديدة للموردين والعملاء و للدولة ككل، من حضور و خيار عالمي، وضع تنافسي أفضل، إلغاء سلاسل التوريد، خفض التكاليف، ربح الوقت و خلق مناصب شغل.

- لقد صاحب تطور التجارة الالكترونية ظهور الصيرفة الالكترونية التي تساهم في إنجاح التجارة الإلكترونية، حيث أنها تلعب دور الوسيط بين البائعين والمشترين لتسهيل وإنجاز العمليات الإلكترونية والوفاء بالالتزامات الناشئة عن التعاقدات الإلكترونية.

- إن أنشطة التجارة الالكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها تثير العديد من التحديات القانونية للنظم القائمة، تتمحور في مجموعها حول أثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية و حول التعاقد الالكتروني وحجية التبادلات الالكترونية، و كذا المعاملات الضريبة و الجمركية.

الفصـــــل الثــانـــــي

التجـارة الالكترونيـــة، تجـــارب، إستراتيجيـــة و متطلبـــات

تمهيد:

لقد أسهم التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصالات في توسيع دائرة حجم التبادل التجاري بين دول العالم، وأضحى العالم في سوق إلكترونية تنافسية واسعة لمختلف السلع والخدمات، وأصبحت مجالا خصبا أمام الدول للإفادة منها كوسيلة حديثة لزيادة حجم تجارتها الخارجية وتحقيق معدلات نمو أعلى في اقتصادياتها، و وسيلة هامة في زيادة المقدرة التنافسية من تسويق للمنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات. ولذلك اعتنت الدول المتقدمة بتهيئة اقتصادياتها وبيئتها ومؤسساتها للتحول إلى الاقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والعمل على الاستفادة القصوى منها، و تعد تجاربها و إستراتيجياتها في مجال التجارة الالكترونية و بيئتها العامة بعيدة عن تلك الموجودة في الدول النامية و هذا نظرا للفجوة الرقمية الموجودة بين هذه الدول. فالدول النامية معظمها متأخرة في هذا المجال، وهي تعمل جاهدة على توظيف تقنية المعلومات والإفادة من التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت للنهوض باقتصادياتها واللحاق بالدول التي سبقتها في هذا المجال.

و من خلال هذا الفصل سنحاول عرض و تحليل المتطلبات الضرورية التي تقوم عليها إستراتيجية التجارة الإلكترونية و ذلك بعد دراسة وتحليل تجربتين لدوليتين في التجارة الالكترونية. الأولى تجربة دولة متطورة و الثانية تجربة دولة نامية، حتى نتمكن من الاستفادة من هذه التجارب و محاولة تحديد المتطلبات التي تقوم عليها إستراتيجية محكمة تمكن الدول النامية و المتأخرة في مجال التجارة الالكترونية اعتمادها و نخص بالذكر الجزائر التي تعد الدراسة الخاصة لهذا البحث.

و سنحاول معالجة هذا الفصل من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: تجارب دولية في التجارة الالكترونية

المبحث الثاني: إستراتيجية التجارة الالكترونية و التباين في متطلباتها بين الدول

المبحث الثالث: متطلبات التجارة الالكترونية في الدول النامية و بعض تجاربها

المبحث الأول: تجارب دولية في التجارة الالكترونية

تعتبر التجارة الالكترونية من أهم نتائج الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم، و لقد استطاعت الدول المتطورة من الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة لتوسيع أسواقها و تخفيض تكاليفها و تحقيق أرباح مرتفعة من خلال مختلف تطبيقات التجارة الالكترونية، و اعتمدت لتحقيق ذلك على توفير و تهيئة المتطلبات التكنولوجية و التنظيمية و التشريعية و المصرفية للتجارة الالكترونية بالتدريج و بالتماشي مع التطورات التكنولوجية المختلفة، و استطاعت بذلك رسم و تنفيذ إستراتيجية التجارة الالكترونية في ظل البيئة المواتية لها. أما الدول النامية فمعظمها تسعى لللحاق بركب التطورات التي يشهدها العالم خاصة في المجال التكنولوجي محاولة بذلك تهيئة مناخها لتطبيق التجارة الالكترونية.

و من خلال هذا المبحث سنحاول دراسة تجربتين، الأولى تجربة دولة متطورة هي كندا و التي عرفت رواجا فيما يخص مختلف تطبيقات التجارة الالكترونية، أما الدولة الثانية و هي دولة نامية و دولة من دول المغرب العربي ألا و هي تونس، حيث انطلقت في تطبيق مشروع التجارة الالكترونية منذ سنوات عديدة و حاولت توفير متطلباتها التحتية المختلفة و من خلال هذا المطلب سنقوم بدراسة التجربتين من خلال عرض المبادئ الأساسية التي قامت عليها إستراتيجية التجارة الالكترونية في الدولتين، كذلك البنى التحتية المتوفرة و النتائج المحققة، و هذا سيساعدنا في المبحث الموالي من أجل تحديد المتطلبات الأساسية التي تقوم عليها إستراتيجية التجارة الالكترونية خاصة في الدول النامية، و في الأخير من أجل إسقاط النتائج المتوصل إليها على حالة الجزائر.

المطلب الأول: التجربة الكندية في التجارة الالكترونية

تتمتع كندا ببيئة إستراتيجية مهيأة للتجارة الالكترونية و التي تقوم على سياسات محلية سليمة و قوية تحتل مكانتها على الصعيد الدولي و على مستوى مختلف المنظمات مثل منظمة التجارة العالمية و منظمة التعاون و التنمية. و تعتبر كندا من الدول الرائدة في مجال التجارة الالكترونية في العالم، و

لذلك من خلال هذا المطلب سنحاول توضيح أولويات الإستراتيجية الكندية في التجارة الالكترونية، و كذلك بيئتها و واقعها و النتائج التي استطاعت تحقيقها في هذا المجال.

الفرع الأول: أولويات الإستراتيجية الكندية في التجارة الالكترونية

في سبتمبر 1989 وضعت الحكومة الكندية إستراتيجيتها بشأن التجارة الالكترونية بهدف تشجيع استخدام هذه الأخيرة و تطويرها، و تم وضع هذه الإستراتيجية بالتعاون مع الحكومة الاتحادية و حكومات المقاطعات و الأقاليم، القطاع الخاص و المستهلكين، وتحدد إستراتيجية التجارة الالكترونية خطة العمل و التحديات و الفرص والقضايا ذات الأولوية، كما تقوم هذه الإستراتيجية على الاعتراف بالدور الرئيسي الذي يلعبه القطاع الخاص في تطوير التجارة الالكترونية و توسيعها في كندا. كما ركزت الإستراتيجية على توفير محيط مناسب للمؤسسات و المستهلكين. و لذلك فإن الإستراتيجية الكندية تناولت أربعة تحديات رئيسية هي:

أولا – بناء الثقة في الأسواق الالكترونية: حماية المعلومات الشخصية، أمن و ثقة المستهلك و التشفير

- سياسة التشفير: في أكتوبر 1998، أعلنت الحكومة الكندية سياستها فيما يخص التشفير و التي من خلالها تحدد القواعد لاستخدام تكنولوجيات التشفير، هذه التقنيات وضعت أساسا لبناء الثقة في معاملات التجارة الالكترونية لأنه من خلالها يتم حماية المعلومات، الاتصالات و حماية الأطراف المصادقة على المعاملات، كما يسمح للمستخدمين حماية البيانات الحساسة مثل أرقام بطاقات الائتمان، البريد الإلكتروني الشخصي و المعلومات الأخرى المخزنة في أجهزة الكمبيوتر أو تلك التي تنتقل عن طريق الشبكات المغلقة أو العامة مثل الإنترنت.
- المصادقة: في مايو 2001، عملت الحكومة الكندية مع القطاع الخاص ومجموعات المستهلكين وبعض المحافظات لتحديد تطور خدمات المصادقة و التوثيق في كندا. وقد وضعت مجموعة من المبادئ العامة لتوجيه استخدام خدمات المصادقة في كندا.
- حماية المعلومات الشخصية: في أبريل 2000 ، قامت الحكومة الكندية بوضع قانون " C 6 " و هو قانون حماية المعلومات الشخصية والوثائق الإلكترونية ، و قد تم تخصيص الجزء الأول

لحماية جميع المعلومات الشخصية التي يتم جمعها أو استخدامها أو الكشف عنها من قبل مؤسسات القطاع الخاص العاملة في مجال الأنشطة التجارية.

- حماية المستهلك: في نوفمبر 1999 أقرت الحكومة المبادئ التي تنظم حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية لحماية المستهلكين المتسوقين على الانترنت. وقد وضعت هذه المبادئ من قبل الفريق العامل المعني بالتجارة الالكترونية، المستهلكين و ممثلين من مختلف قطاعات الصناعة.

ثانيا – توضيح قواعد السوق الرقمية، القانونية، السياسية و التنظيمية:

- التوقيع الالكتروني: كما ذكرنا سابقا، في أبريل 2000 ، تم وضع القانون " 6 C " قانون حماية المعلومات الشخصية والوثائق الإلكترونية، و من خلال الجزء الثاني حتى الجزء الخامس تم الاعتراف باستخدام التوقيعات الإلكترونية والوثائق القانونية كبدائل للوثائق الأصلية والتوقيعات.
- الحياد الضريبي: في أبريل 1998 ، في أعقاب توصيات لجنة القطاع الخاص بشأن التجارة الالكترونية ، ذكر رئيس الوزراء التزام كندا بإتباع نهج تكنولوجي محايد على فرض الضرائب على التجارة الالكترونية و بالتالي تفادي فرض الضرائب على كل ما يتعلق بالإنترنت.

ثالثا– التوحيد القياسي للتجارة الالكترونية:

في عام 1999 ، وافق المجلس الاستشاري الكندي لمعايير الاتصالات السلكية واللاسلكية و ذلك في إطارا التوحيد القياسي للتجارة الالكترونية ، التي ستكون بمثابة مرجع الأعمال في المستقبل التي للحكومة الكندية و القطاع الخاص على المستوى المحلي و الدولي. إن التركيز على الإطار الذي يتضمن البنية التحتية والتطبيقات و معايير التجارة الإلكترونية ، تشدد على أهمية تعزيز وجود كندا عالميا في عملية توحيد المقاييس.

رابعا – تحقيق الفرص و الاستخدام الفعال:

- تيسير التجارة الالكترونية: تهدف كندا من خلال تيسير و تسهيل التجارة الالكترونية إلى تقاسم فوائدها بين جميع الاقتصاديات ، بغض النظر عن مستوى التطور و ذلك من خلال القيام بتعزيز مبادرات تسهيل التجارة مع المنظمات الحكومية الدولية مثل CNUCED, l'APEC والمنظمة العالمية للجمارك(OMD)، و هذا من أجل توفير بيئة تجارية آمنة ومتحررة.

- مواجهة المسائل أو التحديات الجديدة:

. البريد الالكتروني غير المرغوب فيه (المزعج): و هو يتصل بثقة المستهلكين والشركات، و طبقا لتقارير حديثة يشكل البريد المزعج ما يصل إلى 70 ٪ من رسائل البريد الإلكتروني العالمي. التكلفة الاقتصادية لتوزيع البريد المزعج في صناعة الإنترنت، للشركات التي تستخدم الاتصالات الالكترونية و للمستخدمين الفرديين ينذر بالخطر. و لذلك تعمل وزارة الصناعة الكندية حاليا مع الجهات المعنية لوضع خطة عمل مشتركة بين الصناعة والحكومة للحد من الرسائل الاقتحامية في كندا، علما منها أن القوانين وحدها لن تقلل من حجم البريد الالكتروني غير المرغوب فيه. بالإضافة إلى ذلك، تشارك كندا في مختلف المحافل الدولية لتطوير و فهم مشترك لهذه المسألة ووضع نهج مشترك.

. سرقة الهوية: سرقة هوية شخص ما يحدث عندما يحصل عليها شخص آخر ويستخدم البيانات الشخصية بصورة غير مشروعة، وذلك عن طريق الغش والخداع ، عادة لتحقيق مكاسب اقتصادية. على الرغم من سرقة الهوية ليست مشكلة جديدة ، فهي تظل تثير قلقا خاصا في العالم الإلكتروني، الذي من خلاله يمكن للمؤسسات جمع وتخزين ونقل كميات كبيرة من المعلومات الشخصية.

. الحيل مثل رسائل البريد الإلكتروني باستخدام مواقع زائفة ومزورة تهدف إلى خداع متلقيها للكشف عن المعلومات الشخصية مثل أرقام بطاقات الائتمان وأسماء المستخدمين وكلمات مرور الحساب، و أرقام الضمان الاجتماعي. كل هذا من أجل "اغتصاب هوية" من البنوك ذات السمعة الحسنة أو من تجار التجزئة على الانترنت أو شركات بطاقات الائتمان لأداء الاحتيال المالي أو سرقة الهوية.

الفرع الثاني: بيئة و واقع التجارة الالكترونية في كندا

منذ بداية التسعينات، اعتبرت الحكومة الكندية الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ضرورة حتمية لتحقيق النمو الاقتصادي، رفع الإنتاجية، خفض التكاليف وفتح فرص جديدة، كما أنها تمثل أساس تنمية القدرات التنافسية للقطاع الخاص وإصلاح قطاع الخدمات العامة. و لذلك قامت بتوفير بيئة ملائمة لانتهاج مشروع التجارة الالكترونية و التي تعتبر إحدى أهم تطبيقات التكنولوجيات الحديثة، و من خلال هذا الفرع سنتناول البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و واقع التجارة الالكترونية في كندا.

أولا: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في كندا

منذ عام 1999، الخبراء من مختلف أنحاء العالم تعترف أن كندا هي الرائدة العالمية في مجال التجارة الإلكترونية واستخدام الإنترنت. وصلت كندا إلى أعلى المستويات من حيث الربط بشبكة الإنترنت وتطوير البنية التحتية. وتبعا لتقرير صدر مؤخرا عن مؤسسة ابسوس انسايت ، فإن كندا تحتل المرتبة الأولى تليها كوريا الجنوبية والولايات المتحدة و اليابان من حيث استخدام الإنترنت من قبل الأفراد ، وفي المرتبة الثانية (وراء كوريا) من حيث الوصول إلى الإنترنت ذات النطاق العريض، و في الغالب تقع بين الخمسة الأوائل في مجال الاتصال[84].

جدول رقم 07: تطور عدد المشتركين في الانترنيت بين سنة 2001 و 2012 في كندا

السنوات	عدد المشتركين بالانترنيت (مليون)	نسبة المشتركين بالانترنيت (٪)	نسبة المشتركين بالانترنيت عالي النطاق(٪)
2001	14,44	45,71	-
2003	16,85	53,29	-
2007	21,8	65,3	63,7
2008	22,6	71,1	67,3
2009	23,3	68,5	69,6
2010	24	70	72,3
2011	24,7	71,6	74,1
2012	25,3	72,2	75

Source: le journal du net, Canada : nombre d'internautes (en millions), consulté le 11-01-2013 11:08, http://www.journaldunet.com/cc/01_internautes/inter_nbr_us.shtml

نلاحظ من الجدول أن أكثر من 22 مليون كندي مشترك في شبكة الانترنيت سنة 2008 أي ما يعادل ثلثي حجم السكان، و ارتفع إلى 25 مليون سنة 2012، أما بالنسبة للاشتراك في الانترنيت عالي النطاق فهو يعرف ارتفاع ملحوظ و وصل إلى 75٪ سنة 2012. لا بد أن نشير كذلك أن تقريبا نصف سكان كندا كانت مشتركة في الانترنيت (45,71٪) سنة 2001، هذا يعني أن المجتمع الكندي كان مهيئا لاعتماد التجارة الالكترونية في التسعينات و ذلك من ناحية البنية التحتية

[84] Ipsos-Insight, The Face of the Web, janvier 2004, consulté le 26/01/2011 ,19 :10, www.ipsos-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=2024

(عدد الحواسب، الاشتراك في الهاتف الثابت، في الهاتف المحمول، في الانترنيت...) كما يبينه الجدول أسفله، و كذلك من ناحية ثقافة المجتمع اتجاه تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و لذلك نرى أن الإستراتيجية الكندية فيما يخص التجارة الالكترونية ركزت على عناصر أخرى ذات أهمية بالغة مثل حماية المعلومات الشخصية، أمن و ثقة المستهلك و عملية التشفير.

جدول رقم 08 : مؤشرات تكنولوجيا المعلومات في كندا سنة 1997

عدد خطوط الهاتف الثابت لكل 1000 ساكن	575
عدد خطوط الهاتف المحمول لكل 1000 ساكن	114
عدد أجهزة التلفزيون لكل 1000 ساكن	650
عدد أجهزة الحاسوب لكل 1000 ساكن	250
عدد موزعات الانترنيت لكل 1000 ساكن	20,5

Source: La place du français dans Internet, Complément d'information et hyperliens, consulté le 23/01/2011 à 13 :02, http://www.radio-canada.ca/branche/v3/55/internet_i.html

إن استعمال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على مستوى القطاع العام و القطاع الخاص في كندا عرف تطورا ملحوظا و ذلك منذ بداية التسعينات و استطاعت من خلالها توسيع الأنشطة، ربح الوقت و تخفيض التكاليف المختلفة.

جدول رقم 09: نسبة استعمال الشركات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في كندا بين سنة 2003 و 2007

	2003	2004	2005	2006	2007
البريد الالكتروني (٪)					
القطاع الخاص	74	77	76	78	81
القطاع العام	100	100	100	100	100
اتصالات لاسلكية(٪)					
القطاع الخاص	57	57	60	74	77
القطاع العام	74	77	82	91	91
الانترنيت(٪)					
القطاع الخاص	78	82	82	83	87
القطاع العام	100	100	100	100	100
لديه موقع واب خاص					
به(٪)	34	37	38	40	41
القطاع الخاص	93	92	95	94	93
القطاع العام					

Source : Statistique Canada, le Quotidien, Commerce électronique et technologie**,** Le jeudi 24 avril 2008 , consulté le 23 -02-2011 à 07 :24, http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/080424/dq080424a-fra.htm

نلاحظ من الجدول أن نسبة استعمال مختلف وسائل تكنولوجيا المعلومات على مستوى القطاع العام مرتفعة مقارنة بالقطاع الخاص و هذا يعكس الإرادة القوية للحكومة الكندية للتحول إلى مجتمع المعلومات و استعمال التكنولوجيات الجديدة، و ذلك نظرا للفوائد التي تجنيها كل الهيئات و المؤسسات من خلال اعتمادها على هذه الأخيرة في أنشطتها، و هذا ما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم 10: نسبة الفوائد التي تحصلت عليها المؤسسات التي تمارس أنشطتها على الانترنيت بين سنة 2003 و 2007 في كندا

2007	2006	2005	2004	2003	
					خفض التكلفة(٪)
30	27	26	26	26	القطاع العام
48	46	44	43	50	القطاع الخاص
					زيادة عدد الزبائن(٪)
36	36	31	32	33	القطاع العام
46	42	35	30	35	القطاع الخاص
					تنسيق أفضل مع العملاء و الموردين و الشركاء(٪)
36	35	31	29	21	القطاع العام
59	51	49	39	36	القطاع الخاص
					تخفيض الوقت اللازم للتسويق(٪)
19	20	19	18	17	القطاع العام
20	22	22	20	26	القطاع الخاص

Source : Statistique Canada, le Quotidien, Commerce électronique et technologie, Le jeudi 24 avril 2008 , consulté le 23 -02-2011 à 07 :32
http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/080424/dq080424a-fra.htm

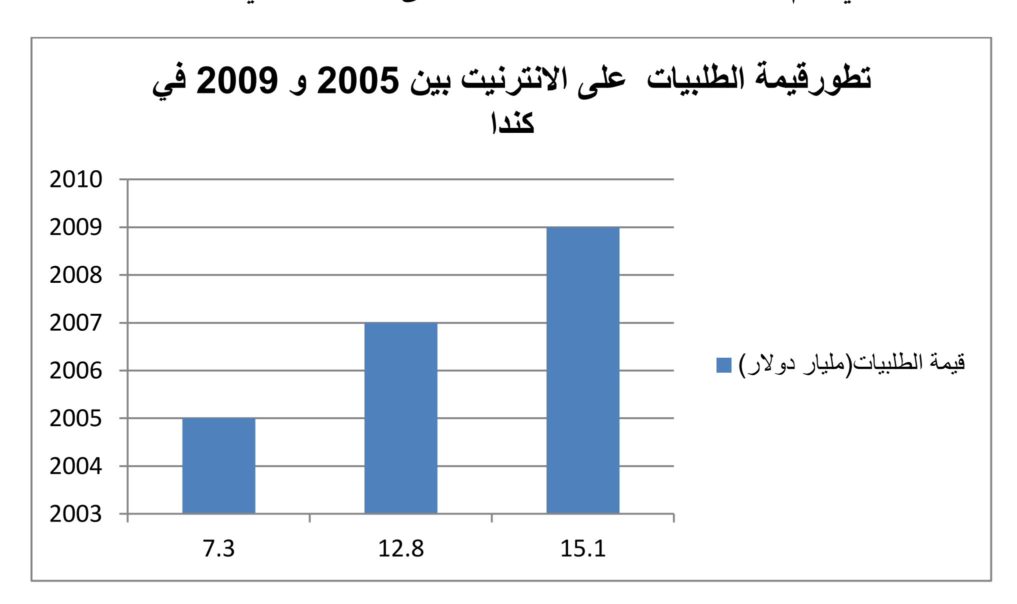
ثانيا: واقع التجارة الالكترونية في كندا

إن سياسة الحكومة الكندية تشجع على استخدام التجارة الإلكترونية لتسهيل التجارة في العالم، و للتأثير على مجموعة واسعة من القطاعات الاقتصادية، تحرير التجارة وقواعد التجارة العادلة. فمن خلالها استطاعت الشركات الدولية تبسيط عملية الإنتاج و اختراق الأسواق الأجنبية التي كان يصعب الوصول إليها.

في السنوات الأولى لاعتماد التجارة الالكترونية في كندا ، على الرغم من بنيتها التحتية المتطورة ومستوى عال من الاتصال وقبول الإنترنت كوسيلة تجارية من قبل المستهلكين الكنديين، إلا أن ذلك لم ينعكس في زيادة حجم التجارة الالكترونية كما كان منتظرا من قبل الحكومة، و أن حجم المبيعات

عبر شبكة الانترنيت لم تمثل إلا نسبة ضئيلة من الإنفاق الاستهلاكي للكنديين ذلك لأنهم لم يتمكنوا من الاستفادة الكاملة من الإمكانيات المتاحة إلكترونيا،[85]بالإضافة إلى قلقهم حول الأمن على شبكة الإنترنت. و لكن مع مرور الوقت و نظرا للجهود المبذولة من قبل الحكومة الكندية و إرادتها القوية لتطوير التجارة الالكترونية، استطاعت في السنوات الأخيرة تحقيق نتائج إيجابية، بحيث في 2009 استخدم ما يقارب 39 ٪ من الكنديين الذين أعمارهم 16 سنة و أكثر الإنترنت لقضاء أكثر من 95 مليون طلب ، مقارنة بـ 32 ٪ من الكنديين. و كانت قيمة الطلبيات على السلع والخدمات في 2009 تعادل 15.1 مليار دولار ، حيث سجل ارتفاعا بقيمة 2.3 مليار دولار مقارنة بسنة 2007[86]. و يرجع هذا النمو إلى العدد المتزايد من المستهلكين على الانترنت.

الشكل البياني رقم 03 : تطور قيمة الطلبيات على الانترنيت في كندا بين 2005 و 2009



Source : Statistique Canada, Le Quotidien Le lundi 27 septembre 2010 Internet, Date de modification 2010-09-27, consulté le 27/01/2011 à 05 :23 http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/100927/dq100927a-fra.htm

---

[85] L'Économie numérique au Canada , Industrie Canada , Date de modification : 2009-03-10, 04 :54, 27/01/2011, http://www.ic.gc.ca/eic/site/ecic-ceac.nsf/fra/gv00501.html

[86] Statistique Canada, Le Quotidien Le lundi 27 septembre 2010 Commerce électronique : magasinage sur Internet,Date de modification : 2010-09-27 ,05 :23 27/01/2011 http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/100927/dq100927a-fra.htm

جدول رقم 11 : مؤشرات التسوق على الانترنيت في كندا سنة 2007 و 2009

البيان	2007	2009
عدد مستعملي الانترنيت (%)	73	80
عدد المستهلكين على الشبكة (%)	32	39
عدد الطلبيات		
مجموع الطلبيات	69 886 000	95 669 000
متوسط عدد الطلبات لكل شخص	8,3	9,0
قيمة الطلبيات		
القيمة الإجمالية للطلبيات (ألف دولار)	12 772 147	15 071 062
القيمة المتوسطة للطلبيات لكل شخص (دولار)	1520	1420
القيمة المتوسطة لكل طلبية (دولار)	183	158

Source : Statistique Canada, Le Quotidien Le lundi 27 septembre 2010 Internet, Date de modification 2010-09-27 , consulté le 27/01/2011 à 05 :23 http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/100927/dq100927a-fra.htm

و بالتالي يمكن القول أن التجارة الالكترونية تعرف رواجا في السنوات الأخيرة في كندا، حيث أن هذه الأخيرة تعتبر من بين الدول التي حققت نتائج مذهلة فيما يخص حجم التجارة الالكترونية. و لكن بالرغم من النتائج المذكورة سابقا إلا أن التجارة الالكترونية في كندا لم تستطع تعويض التجارة التقليدية، و ذلك نظرا لعوامل ترتبط بالأمن و السرية، حيث تبقى مخاوف المستهلكين على شبكة الانترنيت قائمة و ذلك اتجاه وسائل الدفع الالكترونية و اتجاه المعلومات الشخصية التي يمكن الوصول إليها من خلال الشبكة و استعمالها في أغراض أخرى. و لذلك تبقى الحكومة الكندية تركز في سياستها على تطوير التجارة الالكترونية و القوانين و التنظيمات الخاصة بحماية المستهلك من كل عمليات الغش و الاحتيال، خاصة و أنه في السنوات الأخيرة كثر الحديث عن هذه الظواهر نظرا لارتفاع عدد الجرائم الالكترونية.

المطلب الثاني: التجربة التونسية في التجارة الالكترونية

أولت الحكومة التونسية منذ سنة 1997 أهمية خاصة لتنمية التجارة الالكترونية و اقتصاد المعرفة و اتبعت إستراتيجية تعمل على توفير المحيط المناسب و المتطلبات اللازمة للانخراط في الاقتصاد العصري. ففي سنة 1997 تم إنشاء لجنة وطنية للتجارة الالكترونية تحت إشراف وزارة تكنولوجيا الاتصال و وزارة التجارة و الصناعات التقليدية قصد دراسة مختلف أوجه التجارة الالكترونية، و وصلت هذه اللجنة إلى مجموعة من التدابير لتيسير تنمية التجارة الالكترونية تتمثل في:

- تطوير البنية التحتية للاتصالات بهدف ملاءمتها مع متطلبات الاقتصاد الرقمي؛
- وضع إطار تنظيمي ييسر توفير الثقة والسلامة للمعاملات والمبادلات الالكترونية؛
- تطوير البنية التحتية المصرفية ووسائل الدفع الالكترونية الضرورية للتجارة الالكترونية والاقتصاد الرقمي؛
- تأهيل الموارد البشرية لجعلها قادرة على استيعاب حركة التقدم العلمي والتكنولوجي وتكييف استعماله حسب الحاجة وبالخصوص على التأقلم المستمر والسريع مع المستجدات العالمية؛
- إنجاز دفعة أولى من المشاريع النموذجية لدراسة الأوجه العملية للتجارة الالكترونية؛
- تأهيل طرق العمل والإنتاج والمبادلات و الخدمات بحث جميع الأعوان الاقتصاديين على وضع التجهيزات والمعدات وأطر التنظيم والتصرف الملائمة والكفيلة بالاستفادة بما تتيحه التكنولوجيات الحديثة وشبكات الاتصال من قدرة وإمكانيات عريضة لتحسين الإنتاجية والقدرة التنافسية والارتقاء بجودة الإنتاج والخدمات.

هذا فضلا عن تنمية التعاون الدولي والنهوض بالشراكة في مجال الاتصالات على المستويات الوطنية والدولية.

الفرع الأول: البنية التحتية للتجارة الالكترونية في تونس

من خلال هذه الدراسة سنحاول عرض البيئة العامة للتجارة الالكترونية في تونس و كذا كل الإنجازات و النتائج المتوصل إليها على ضوء الإستراتيجية المتبعة من قبل الحكومة التونسية من أجل النهوض بالتجارة الالكترونية.

فقد سعت تونس إلى إدخال تغييرات جذرية على قطاع الاتصالات، شملت مختلف مستوياته، حيث أصبح يحتوي على شبكة هاتفية رقمية بالكامل تؤمن تغطية شاملة لكامل البلاد بنسبة 100 بالمائة، إذ نجد مليوناً و273 ألف مشترك في الهاتف الثابت، و10 ملايين مشترك تقريباً في الهاتف الجوال و ذلك في سنة 2009 ، موزعين بين مشغلين اثنين "اتصالات تونس" و"تونسيانا"، وقرابة 50 ألف مشترك بالموبيريف "الهاتف الريفي".

الجدول رقم 12: تطور مؤشرات الكثافة الهاتفية بتونس بين 2004 و 2009

مؤشرات	2004	2005	2009
سعة الربط بالشبكة العالمية للأنترنات	223 Mb/s	1 Gb/s	2.5 Gb/s
كثافة الهاتف الثابت لكل 100 ساكن	12	12,5	24
كثافة الهاتف الجوال لكل 100 ساكن	35.8	55	58

المرجع : خديجة حمودة الغرياني، الإستراتيجية و الأفاق في مجال الإدارة الالكترونية: نظرة شاملة لبرنامج الإدارة الالكترونية، المطلع عليها في 18 مارس 2010، الساعة 16:23
http://www.slidefinder.net/arabic_(ar)/p14

كما تطور الربط بشبكة الإنترنت حيث وصل عدد مستخدمي الإنترنت في تونس سنة 2009 إلى 2.8 مليون مستخدم وهو ما يفوق ربع السكان الذين يبلغ عددهم 10 ملايين ساكن، و إلى 3.5 مليون مشترك بعد سنة واحدة فقط أي سنة 2010.

الجدول رقم 13: تطور مؤشرات تكنولوجيا المعلومات في تونس بين 2004 و 2010

مؤشرات	2004	2005	2009	2010
عدد الحواسيب لكل 100 ساكن	5	6	13	-
نسبة الحواسيب لدى العائلات	% 7	% 8	12.8	-
عدد مستعملي الانترنت (بالمليون)	0.8	1	2.8	3.5
عدد المشتركين بالانترنت ذي السعة العالية	10 ألف	27 ألف	-	-

المرجع: خديجة حمودة الغرياني، الإستراتيجية و الأفاق في مجال الإدارة الالكترونية: نظرة شاملة لبرنامج الإدارة الالكترونية، المطلع عليها في 18 مارس 2010، الساعة 16:23
http://www.slidefinder.net/arabic_(ar)/p14

وبلغ عدد مواقع الواب التونسية 6083 في يونيو 2008، بعد أن كان 4028 سنة 2005، و20 موقعاً سنة 1997. وتطورت بدورها منظومة الإرسال الإذاعي والتلفزيوني، لتؤمن بالنوعية المثلى 12 قناة إذاعية عمومية وخاصة، ذات صبغة وطنية و جهوية، وتوفير شبكة تلفزيونية رقمية كان لها الأثر العميق في تطوير المادة الإعلامية التي تعد إحدى المقومات الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية. وتتواصل مجهودات الدولة التونسية لاستحداث مسار التنمية وكسب رهانات الاقتصاد الرقمي وتوطيد أركانه، تجسيماً للتوجهات والأهداف الطموحة المرسومة ضمن البرنامج الرئاسي لتونس الغد، و ذلك من خلال تعبئة الطاقات وتوظيفها للنهوض بالاستثمار المحلي والأجنبي في هذا القطاع، علما أن قطاع تكنولوجيات المعلومات والاتصال كان يساهم بنسبة 6 بالمائة في الناتج المحلي الإجمالي سنة 2006[87] و ارتفع إلى 10 بالمائة سنة 2010 [88]، لذلك ارتفع حجم الاستثمارات في هذا القطاع إلى حوالي 1270 مليون دينار خلال عام 2010، أي بزيادة قدرها 21 بالمائة، مقابل المستوى الذي تم تسجيله خلال سنة 2007، وهي زيادة سيكون محركها الأساسي القطاع الخاص، وذلك على ضوء الإصلاحات العميقة والآليات الموضوعة لتطوير مجالات إنتاج البرمجيات الإعلامية وتطوير المنظومات والمحتويات الرقمية، وكذلك الإطار القانوني الجديد للاقتصاد الرقمي، الذي أكد على مزيد تفعيل الشراكة بين القطاعين العام و الخاص, كما تم استكمال مختلف النصوص التطبيقية والاستعدادات اللازمة لتطوير هذه العلاقة الجديدة بين القطاعين في شكل اتفاقيات شراكة.[89]

[87] Khaled Ben Ali, Apport et stratégie d'application du commerce électronique dans les entreprises hôtelières – cas de la Tunisie- thèse de doctorat présenté à la faculté des sciences économiques et sociales, université de Fribourg, Suisse, 2008, p 47.

[88] صراع على سلطة الانترنت في تونس بين المدونين والرقابة، شبكة الحوارنت الإعلامية، المطلع عليه في 2010-05-17 على الساعة : 19:17
http://www.dw-world.de/dw/article/0,5569403,00.html

[89] صراع على سلطة الانترنت في تونس بين المدونين والرقابة، شبكة الحوارنت الإعلامية، المطلع عليه في 2010-05-17 على الساعة : 19:17
http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5569403,00.html

و لقد صنف التقرير العالمي التاسع حول تكنولوجيات الاتصال والمعلومات لعامي 2009-2010 الذي أعده منتدى دافوس الاقتصادي العالمي بالتعاون مع المعهد الأوروبي لإدارة الأعمال تونس في المرتبة الأولى مغاربيا وإفريقيا و39 عالميا من بين 133 دولة شملها التقرير،علما أن هذا الأخير استند على ثلاث معايير أساسية تتعلق بـ[90] :

- المناخ السياسي والاقتصادي الملائم لتطوير التكنولوجيات الحديثة؛
- درجة استعمال التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال ؛
- مستوى التطور التكنولوجي.

و اعتبر التقرير التجربة التونسية في مجال تكنولوجيات الاتصال والمعلومات نموذجا يحتذى به، إذ كانت من أول الدول الإفريقية التي وضعت إستراتيجية وطنية قائمة على هذه التكنولوجيات.

الفرع الثاني: الهياكل التنظيمية للتجارة الالكترونية

قصد إحكام تنفيذ الإستراتيجية المعتمدة من قبل الدولة التونسية، تم إحداث عدد من الهياكل العملية و التقنية و الهياكل الاستشارية و التنسيقية تتمثل فيما يلي:

أولا- الهياكل العملية والتقنية:

1- **الوكالة الوطنية للمصادقة الإلكترونية**

تعتبر الوكالة الوطنية للمصادقة الالكترونية من أهم الآليات الإستراتيجية التي تم إحداثها لتطوير ميادين المبادلات التجارية الالكترونية و التشفير و ذلك بمقتضى الإطار التشريعي و الترتيبي الذي تم وضعه بموجب القانون رقم 2000-83 المؤرخ في 09 أوت 2000 المنظم للمبادلات و التجارة الالكترونية.

وحرصا على إيجاد مناخ ثقة وسلامة للتبادل عبر الانترنت، في مختلف الميادين التجاريّة والإداريّة و البنكيّة والماليّة و كذلك الصحيّة، تقوم الوكالة بالمهام التالية:

---

[90] ميدل إيست أونلاين، تونس الأولى إفريقيا في تكنولوجيا المعلومات، المطلع عليه في 11-11-2010 على الساعة 09:16 http://www.middle-east-online.com/?id=90969

- وضع اتفاقيّات اعتراف متبادلة مع سلطات المصادقة الإلكترونية الأجنبيّة ؛
- التصرف في شهادات المصادقة الإلكترونية (توفيرها، إلغاؤها، نشرها والمحافظة عليها)؛
- منح تراخيص نشاط لموزعي خدمات المصادقة الإلكترونية؛
- وضع المواصفات الفنية لحلول للإمضاء ؛
- المصادقة على منظومات التشفير؛
- اقتراح حلول لتأمين السلامة في نطاق المصادقة الإلكترونية للشبكات والخدمات عبر الانترنت والأنترانات؛
- تأمين التكوين في مجال الإمضاء الالكتروني وتقنيات الترقيم و هيكل المفتاح العمومي[91] .

2- الوكالة التونسية للانترنيت :[92]

أنشأت الوكالة في 12 مارس 1996، و هي المزود الرئيسي للعبور إلى الإنترنت في البلاد التونسية، تهتم الوكالة بتوفير الشبكة العالمية بجميع أنحاء الجمهورية، كما تعتني بوضع شبكات في عدة ميادين كالصحة والتربية والفلاحة كما تعتني الوكالة بالشبكة الوطنية وباسم نطاق تونس (tn) بالإضافة إلى استضافة مواقع الويب وتنظيم دورات تكوينية و ورشات.

3- **الوكالة الوطنية للسلامة المعلوماتية:[93]**

أحدثت الوكالة الوطنية للسلامة المعلوماتية بمقتضى القانون رقم 5 لسنة 2004 المؤرّخ في 3 فيفري 2004، في شكل مؤسسّة عموميّة غير إداريّة. وتعتبر الوكالة الجهاز الوطني الذي يسهر على تنظيم مجال السلامة المعلوماتيّة وحماية النظم المعلوماتيّة والشبكات. ويتجسّم هذا الدور من خلال قيامها بالمهام التالية :

---

[91] بوابة الوزارة الأولى،الإدارة الإلكترونيّة في تونس: أهمّ خدمات الإدارة الإلكترونيّة: الإضبارة الوحيـدة: إجراءات التّجارة الخارجيّة، المطلع عليها في 21-11-2010 على الساعة 18:44
http://www.pm.gov.tn/pm/article/article.php?id=36&lang=ar

[92] ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، الوكالة التونسية للانترنيت، المطلع عليها في 07_01_2011 على الساعة 17:55
http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%88%

[93] بوابة الوزارة الأولى، تونس، الإدارة الإلكترونيّة في تونس: في خصوص مؤسّسات المساندة الفنيّة، المطلع عليها في 07-01-2011 على الساعة 16:42
http://www.pm.gov.tn/pm/article/article.php?id=28&lang=ar

- مراقبة عامة للنظم المعلوماتية والشبكات الراجعة بالنظر إلى مختلف الهياكل العمومية والخاصة؛
- تنفيذ التوجهات الوطنية والإستراتيجية العامة لسلامة النظم المعلوماتية والشبكات؛
- متابعة تنفيذ الخطط والبرامج المتعلقة بالسلامة المعلوماتية في القطاع العمومي باستثناء التطبيقات الخاصة بالدفاع والأمن الوطني والتنسيق بين المتدخلين في هذا المجال؛
- ضمان اليقظة التكنولوجية في مجال السلامة المعلوماتية؛

وضع مقاييس خاصة بالسلامة المعلوماتية وإعداد أدلة فنية في الغرض والعمل على نشرها؛
- العمل على تشجيع تطوير حلول وطنية في مجال السلامة المعلوماتية وإبرازها وذلك وفق الأولويات والبرامج التي يتم ضبطها من قبل الوكالة؛
- المساهمة في دعم التكوين في مجال السلامة المعلوماتية.

4- **الوكالة الوطنية للترددات**

تم إنشائها سنة 2001 تتولى خاصة في التصرف في ترددات الراديو بالتنسيق مع الهياكل المعنية، إعداد المخطط الوطني لترددات الراديو بالتنسيق مع الهياكل المعنية، مراقبة الشروط التقنية لتجهيزات الراديو والسهر على حماية استعمال ترددات الراديو.

ثانيا - الهياكل الاستشارية والتنسيقية

1- **اللجنة الوزارية للتجارة الإلكترونية المحدثة سنة 1999**

وتتولى هذه اللجنة خاصّة متابعة ملف التجارة الإلكترونية، والتنسيق بين المتدخلين في هذا المجال و اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتنمية وترويج المنتجات الوطنية وذلك على ضوء مقترحات اللجنة الفنية للتجارة الإلكترونية.

2- **اللجنة الوطنية الفنية للتجارة الإلكترونية**

تم إنشائها سنة 1999 وتتولى هذه اللجنة خاصّة متابعة تنفيذ الإجراءات المتخذة في هذا الميدان من قبل اللجنة الوزارية للتجارة الإلكترونية، التنسيق بين مختلف الأطراف المتدخلة، مسايرة المستجدات الوطنية والدولية والتقييم الدوري لهذا النشاط واقتراح كل ما من شأنه النهوض بها وتنميتها.

3 –اللجنة الوطنية للانترنت

1– المجلس الأعلى للإعلامية و الاتصالات

المحدث سنة 1996، يتولى إبداء الرأي في توجهات السياسة الوطنية في مجال الإعلامية والاتصالات ودراسة التقرير السنوي حول الإعلامية في القطاع العمومي.

الفرع الثالث: الإطار القانوني العام للتجارة الالكترونية في تونس

اهتمت السلطات التونسية منذ سنة 1999 بوضع إطار قانوني خاص بالتجارة الالكترونية و ذلك استنادا إلى النظم القانونية الأجنبية، و يمكن حوصلة القوانين المنظمة للتجارة الالكترونية في تونس فيما يلي:

- **القانون عدد 89 لسنة 1999** المؤرخ في 2 أوت 1999 والمتعلّق بالعقوبات للجرائم المتعلقة بمجال الإعلامية وخاصة بنظم المعالجة الآلية للمعطيات؛
- **القانون عدد 57 لسنة 2000** المؤرخ في 13 جوان 2000 ، والذي عرف كل من الوثيقة الإلكترونية والإمضاء الإلكتروني كما منح هذا القانون نفس الاعتراف الذي يتمتع به المستند الورقي والإمضاء بخط اليد من حيث المفعول والصحة؛
- **القانون عدد 83 لسنة 2000** المؤرخ في 09 أوت 2000 والمتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية ، ركز على النقاط التالية:

. الوثيقة الإلكترونية وشروط حفظها؛

. الإمضاء الإلكتروني والالتزامات المحمولة على صاحب الإمضاء الإلكتروني ضمانا لموثوقية الإمضاء وسلامته؛

. خدمات المصادقة الإلكترونية بالمعاملات التجارية الإلكترونية وحماية المستهلك؛

- **القانون الأساسي عدد 63 لسنة 2004** المؤرخ في 17 جويلية 2004 المتعلق بحماية المعطيات الشخصية؛
- **قانون المالية لسنة 2005** الذي تعرض في الفصل 75 اعتماد الدفع الالكتروني ضمن طرق الدفع و الأداء والمعالم والإيرادات العامة.

الفرع الرابع: بناء القدرات

من أجل تطبيق التجارة الالكترونية و التحكم فيها و تطويرها قامت الحكومة التونسية باتخاذ مجموعة من الإجراءات أهمها:

أولا- تأهيل الموارد البشرية:

بهدف تطوير التجارة الإلكترونية سعت الدولة إلى تحسيس وتكوين الموارد البشرية ومواءمة نظام التكوين والتعليم مع احتياجات الاقتصاد الجديد. ومن أهم ما تضمنته الإستراتيجية التونسية في هذا المجال:

- عقد الملتقيات والدورات التحسيسية في مجال التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والقيام بحملات تحسيسية لتوظيف شبكة الانترنت على الوجه الأمثل في خدمة الاقتصاد التونسي قصد المزيد من التحسيس بمزايا هذه الشبكة والتعريف بمجالات استعمالاتها وما تفتحه أمام المؤسسات من آفاق؛
- تنظيم عدة ملتقيات تحسيسية وأيام دراسية وتكوينية شملت تبادل الوثائق الإلكترونية في مجال التجارة الخارجية وتصدير منتجات النسيج والملابس باستعمال التقنيات الحديثة والسياحة الإلكترونية وذلك بالتعاون مع كافة الهياكل الوطنية وجهات خارجية وبالخصوص اللجنة الأوروبية في نطاق مشاريع مشتركة؛
- تنظيم حلقات تكوين لفائدة طالبي الشغل من خريجي التعليم العالي وذلك في عدد من الاختصاصات ذات العلاقة بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات؛
- تكوين عدد من الإطارات في الوزارات حول تقنيات الواب والاتصال و التجارة الإلكترونية؛
- إحداث عدة مراحل تكوين بالجامعات التونسية لتعزيز قدرات الموارد البشرية في تقنيات التجارة الالكترونية، نذكر منها على سبيل المثال شهادة الدراسات العليا المتخصصة في تكنولوجيات المعلومات والتجارة الالكترونية وإحداث المدرسة العليا للتجارة الالكترونية سنة 2004 (www.evt.edunet.tn) وإحداث الجامعة الافتراضية (www.uvt.rnu.tn)، وبعث معاهد

التكنولوجيا العليا التي تتولى تكوين الإطارات المتخصصة في مجال التقنيات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات[94].

ثانيا- تأهيل الشركات و تحفيزها للدخول في عالم التجارة الالكترونية:

في إطار تشجيع المؤسسات والشركات للانخراط في الاقتصاد الرقمي، تم وضع حوافز تشجيعا للشركات التونسية وبالأخص المصدرة منها على استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصال والتجارة الالكترونية من أجل امتلاك قدرة تنافسية أفضل، حيث تم اتخاذ العديد من الإجراءات في هذا المجال، شملت بالخصوص:

- تسهيل إجراءات التجارة الخارجية من خلال منظومة الإدارة الوحيدة عند توريد وتصدير البضائع والنظام الآلي المندمج لمعالجة إجراءات التجارة الخارجية من خلال شبكة تونس للتجارة الالكترونية (وزارة التجارة، الجمارك، البنوك...)، الذي يهدف إلى تحسين القدرة من خلال ترشيد إجراءات التجارة الخارجية وتسهيل تبادل المعلومات ذات العلاقة وفقا لأرقى المواصفات الدولية في هذا المجال. ومكن ذلك الموردين والمصدرين من إتمام كافة إجراءات التجارة الخارجية من خلال موقع واب شبكة تونس للتجارة الالكترونية (www.tradenet.com.tn).
- برنامج صندوق اقتحام الأسواق الخارجية (www.cepex.net.tn).
- برنامج صندوق النهوض بالصادرات FOPRODEX ، والذي يمكن من تغطية نسبة تصل إلى 50 %من تكاليف تصور وإنجاز موقع واب أو موقع تجاري بالنسبة لشركة مصدرة.
- نظام سندة (لنظام الجمركي الآلي) الذي يمكن من القيام بالعمليات الجمركية و إجراءات التخليص الجمركي بالوسائل الإلكترونية.

[94] كريم العريبي، ندوة تشريعات التجارة الالكترونية و دورها في دعم و تنمية الصناعة العربية، تونس: وزارة التجارة، أفريل 2006، ص 14.

الفرع الخامس: النتائج و المشاريع المحققة من خلال تطبيق التجارة الالكترونية في تونس

استطاعت تونس من خلال برنامجها تحقيق مجموعة مهمة من المشاريع تساهم و تساعد على تطبيق التجارة الالكترونية و استطاعت كذلك تحقيق بعض النتائج الإيجابية، هذا ما سنوضحه فيما يلي:

أولا- المشاريع المحققة:

من أهم المشاريع المحققة في إطار مختلف تطبيقات التجارة الالكترونية نذكر ما يلي:

1- الدفع الالكتروني:

في سياق مواكبة التطوّر في المجال المصرفي كان للبلاد التونسيّة تجربتها، فقد انخرطت في النظام الدولي المتعلّق بـ دينارز كلوب "Diners club" منذ 1987 وصارت تصدر البطاقات البنكيّة استنادا إلى المنشور عدد 42 الصادر عن البنك المركزي التونسي في 1 ديسمبر 1986 والذي ينصّ على أن البنوك لهم حق إصدار منتجات ماليّة جديدة. وأمام ما يشهده استعمال البطاقة البنكيّة في تونس بصورة خاصّة ووسائل الدفع الالكتروني بصورة عامّة من انتشار واسع وتقدّم مطّرد فانّه تمّ القيام بعمليّة تأهيل للشبكة المصرفيّة التونسيّة وإعادة هيكلة كاملة وقد تمّ وضع شبكة للمقاصّة المصرفيّة عن بعد ذات تكنولوجيا حديثة بهدف ضمان النجاح للانتقال للاقتصاد اللاّمادي وتدعيم التجارة الالكترونيّة وذلك من خلال اعتماد إستراتيجية وإحداث هياكل ذكرت من قبل.

2- الإدارة الاتصالية

ظهرت البوادر الأولى لإرساء إدارة اتصاليّة منذ الثمانينات، على إثر إنجاز العديد من المنظومات الإعلاميّة التي مكّنت من تجريد العديد من الإجراءات الإداريّة، يعتبر ما حققته تونس في مجال الإدارة الاتصالية ثمرة جهود متواصلة بذلت لإدخال الإعلامية في الإدارة على عدة مستويات . انطلاقا من مكننة العمل الإداري، مرورا بتطوير بعض النظم المعلوماتية، وصولا إلى العمل في محيط شبكي اتصالي يبرز ترجمة واضحة لبعض النظم المعلوماتية لإرادة الإدارة لتطوير عملها والانصهار في منظومة الإدارة الاتصالية.

3- الشباك الموحد للتجارة الخارجية (الإدارة الوحيدة)

أخذا بعين الاعتبار الأهميّة البالغة لإجراءات التجارة الخارجية في دعم تنافسيّة المؤسسات وتعزيز الاستثمار الأجنبي، تمّ إحداث منظومة الإدارة الوحيدة في شكل نظام آلي مندمج لمعالجة إجراءات التجارة الخارجية. و يربط هذا النظام بين كافة الأطراف المتدخلة لتوريد وتصدير البضائع عبر شباك افتراضي يتمّ من خلاله معالجة إجراءات التجارة الخارجية، بما في ذلك إجراءات النّقل البحري وإيداع ورفع البضائع من الميناء، كما تمّ إدماج إدارة النقل ضمن الإدارة الوحيدة التي تمكّن من القيام بـ91 % من إجراءات التجارة الخارجية[95].

4- المغازة العامة

تعتبر المغازة العامة من بين أوائل المساحات الكبرى في تونس التي اعتمدت على التجارة الإلكترونية لتمكين المستهلك التونسي من اقتناء مختلف المواد الاستهلاكية على الخط من خلال النفاذ لموقع التسوق بالمغازة الافتراضية وتتم عملية الدفع الإلكتروني من خلال منظومة الدينار الإلكتروني " ء - دينار. "

5 - الشبكة التجارية التونسية

يتمثل هذا المشروع في إحداث سوق افتراضية خاصة بالصناعيين و المحلات الكبرى المنخرطة في نظام الترقيم الذي توفره الشركة التونسية للترقيم ويهدف هذا المشروع إلى ربط ما يفوق 1000 مؤسسة من جملة 2400 قصد اعتماد المبادلات التجارية الإلكترونية فيما بينها وقد أطلق عليها اسم « Tunicommerce » وهي منظومة تبادل إلكتروني للوثائق التجارية (طلبية، فواتير، ...) انطلاقا من دليل إلكتروني يشمل جميع المنتجات التونسية التي تعتمد على الترقيم بالأعمدة حسب المواصفات العالمية (e-catalogue) وهذا من شأنه تسهيل المبادلات التجارية لمنخرطي الشركة وحثهم على الانصهار في الاقتصاد اللامادي، علما أن هذا المشروع النموذجي المتمثل في شبكة

---

[95] بوابة الوزارة الأولى، الإدارة الإلكترونيّة في تونس: أهمّ خدمات الإدارة الإلكترونيّة: الإضبارة الوحيدة: إجراءات التّجارة الخارجيّة، المطلع عليها في 21-11-2010 على الساعة 18:44
http://www.pm.gov.tn/pm/article/article.php?id=36&lang=ar

خدمات ذات قيمة مضافة يهدف من جهة أخرى إلى توفير كفاية المنتجات الحساسة كالمنتجات الغذائية والتحكم في مسالك التوزيع التجارية، كما أن هذه الشبكة مرجحة للتفتح على الشبكات الدولية للمساهمة في تطوير تصدير المنتجات التونسية بالاعتماد على اقتصاد الشبكات العالمية.

6- المصادقة الالكترونية

و التي تطرقنا إليها أعلاه.

ثانيا- تقييم النتائج المحققة:

قامت تونس بإنجازات كثيرة على المستوى التكنولوجي، وتطوير البنية التحتية، ودعم الرأسمال البشري، والنهوض بالخدمات الرقمية، و دعم مناخ الاستثمار والتجديد وتسعى تونس إلى تحقيق نقلة عميقة عبر تجسيد المشاريع العملاقة في حقل تكنولوجيات الاتصال من خلال العمل على توفير النفاذ والسعة العالية للانترنت للجميع، إذ أكد البرنامج المستقبلي على ربط مليون مشترك جديد في شبكة الانترنت ذات التدفق العالي ونص أيضا على توفير فرصة رقمية لكل أسرة تونسية في 2014.

بالرغم من كل هذه المجهودات، يبقى موقف تونس من حيث عدد مستخدمي الانترنيت أقل من المتوسط العالمي، و تظهر الفجوة الرقمية أكثر عند مؤشر "عدد أجهزة الكمبيوتر المتصلة بالانترنيت"، حيث تقع تونس في مؤخرة الدول. و يرجع هذا التأخر للأسباب التالية:

. الاتصال بالانترنيت يتم من خلال الاشتراك في الهاتف الثابت، هذا الأخير يسجل تأخر في تونس و هذا ما يفسر جزئيا التأخر في عدد المشتركين في الانترنيت.

. تكلفة الاتصال بالانترنيت عالية نسبيا.

. الكثافة السكانية في تونس ضعيفة، مما يجعل الاستثمار في البنية التحتية مكلفة.

. معدل انتشار الكمبيوتر منخفض في تونس.

و أظهرت الإحصاءات أن عدد مواقع التجارة الإلكترونية في تونس سنة 2002 كان 42 موقع بعدما كان 32 موقع سنة 2001 و ارتفع من 299 موقعاً عام 2006 إلى أكثر من 370 سنة 2008 و وصلت إلى 10554 موقع في مارس 2010، و لكن تعتبر هذه الأرقام قليلة إذا ما

قارنها مع فرنسا مثلا حيث وصل عدد المواقع سنة 2009 إلى 64100 موقع،[96] و الجدول الموالي يوضح الفرق بين عدد المواقع و تطورها في فرنسا و تونس.

الجدول رقم 14: تطور عدد المواقع في تونس و فرنسا بين سنة 2006 و 2010

عدد المواقع	2006	2007	2008	2009	2010
تونس	299	320	370	–	10544
فرنسا	22900	35500	47300	64100	132000

Source :Le journal du net, chiffres clés e commerce ,France : les sites marchands, consulté le 14/06/2010 à 15 :26, http://www.journaldunet.com/cc/04_ecommerce/ecom_marchands_fr

و لقد تم بعث عدة مشاريع جديدة في مجال الخدمات عن بعد المعتمدة على الدفع عبر الانترنت والتي سجلت في تونس نتائج مشجعة من شأنها أن تكون خير حافز في المستقبل لدفع التجارة الإلكترونية، ويمكن حصر عدد مواقع الواب التجارية قرابة 320 موقعا من أهمها:

– خلاص الأداء عبر منظومة التصريح الجبائي عن بعد؛

– استخلاص الفواتير عن بعد من ذلك فاتورة الماء والكهرباء والغاز وخدمات اتصالات تونس ومزودي خدمات الانترنت؛

– خدمات الشحن الإلكتروني للهاتف الجوال سواء من قبل مزودي خدمات الاتصال أو مبادرات القطاع الخاص؛

– خدمات الديوان الوطني للبريد (باقات ورود، الطوابع البريدية، حوالات بريدية، تحويلات مالية،...)؛

– البيع بالتفصيل لبعض المنتجات الاستهلاكية في مغازات افتراضية وبيع منتجات الصناعات التقليدية؛

[96] Le journal du net, chiffres clés e commerce ,France : les sites marchands, consulté le 14/06/2010 à 15 :26, http://www.journaldunet.com/cc/04_ecommerce/ecom_marchands_fr

– بوابة الوكالة الفنية للنقل البري التي تمكن من القيام بعمليات التسجيل عن بعد لمختلف عمليات امتحانات رخص السياقة بجميع أصنافها باعتماد الدفع الإلكتروني في عملية استخلاص المعاليم؛

– بيع اشتراكات النقل المدرسية والجامعية على الخط لفائدة الطلبة والتلاميذ؛

– تعميم إجراءات الترسيم الجامعي عن بعد الذي ساهم في نشر الثقافة الرقمية من خلال ترغيب الأجيال الصاعدة على استعمال وسائل الدفع الإلكترونية؛

– مشروع جامعة تونس الافتراضية للتكوين والتعلّم عن بعد والذي مكن من تقديم مجموع 305 مادة تكوين لفائدة قرابة 3612 طالب؛

– حجز وبيع تذاكر السفر لشركة الخطوط التونسية؛

– بيع تذاكر التظاهرات الرياضية والثقافية؛

– بيع الحلويات على الخط؛

– اعتماد السياحة الإلكترونية من قبل عدد من النزل ووكالات الأسفار وكراء السيارات والمتمثلة في تمكين القيام بعمليات الحجز عن بعد؛

– الإشهار التجاري على شبكة الانترنت من خلال استعمال الروابط والمعلقات الإلكترونية فضلا عن العمليات المرتكزة على البريد الإلكتروني؛

– الصحافة الإلكترونية و بوابات الإعلام على الخط.

وفيما يخص عدد الصفقات الإلكترونية، بضمانات من «شركة الخدمات النقدية» أو «مؤسسة البريد التونسي»، ارتفع من 447 ألف صفقة سنة 2006 إلى 660 ألفاً في سنة 2008، فيما ازداد حجم المبادلات من 22 مليون دينار (20 مليون دولار) إلى 30 مليوناً، أي بنسبة 35 في المائة في نفس الفترة[97].

[97] ياسين بن شيخة، منتدى الأعمال الفلسطيني، التجارة الإلكترونية في تونس ترتفع إلى 26 مليون دولار في 3 أشهر، المطلع عليه في الثلاثاء 1 يونيو 2010 على الساعة 09:11
http://www.alrroya.com/node/79094

الجدول رقم 15: تطور عدد المعاملات التجارية الالكترونية في تونس بين سنة 2007 و مارس 2010

السنوات	2007	2008	مارس 2010
عدد المعاملات التجارية الالكترونية	447000	660000	116451

المرجع: ياسين بن شيخة، منتدى الأعمال الفلسطيني، التجارة الإلكترونية في تونس ترتفع إلى 26 مليون دولار في 3 أشهر، المطلع عليه في الثلاثاء 1 يونيو 2010 على الساعة 09:11 http://www.alrroya.com/node/79094

لكن محللين اقتصاديين قللوا من أهمية تلك الأرقام لأنها لا تعكس نمو المبادلات الإلكترونية مع الخارج، علما أن وسائل الدفع الالكترونية التي تعتمدها المؤسسات الخاصة والأفراد لتسديد الأداء أو لاستخلاص الفواتير أو التسجيل في الجامعات عن بعد لا تعكس حقيقة الوضع الفعلي للتجارة الالكترونية في تونس، لأن أكثر من 80 بالمائة من المعاملات التجارية تخص صنف B to G ، أي بين المؤسسات والحكومة، وبالتالي هناك إقبال ضعيف جدا من قبل المؤسسات على التجارة الالكترونية نظرا لوجود عدة نواقص وصعوبات تقنية وتشريعية و تحسيسية.

الفرع السادس: عوائق التجارة الالكترونية في تونس:

بعد التطرق إلى النتائج التي وصلت إليها تونس، و التي تتسم بالتأخر مقارنة مع دول أخرى، لا بد من تحديد العوائق التي تقف أمام تطور التجارة الالكترونية، و يمكن تقسيمها إلى مجموعتين وفقا لأهميتها:

المجموعة الأولى تتعلق بالأمية الرقمية التونسية :

و التي يمكن ترجمتها بسبب نقص المعلومات حول فوائد التجارة الالكترونية وغياب حملات تحسيسية لتنشيط هذا المجال[98]، وكذلك نقص الوعي فيما يتعلق بموضوع الثقة والأمن للأنشطة

[98] خميس بن بريّك، التجارة الالكترونية في تونس تسير بخطى بطيئة، WMC عربي، المطلع عليه في 2011_01_07 على الساعة 19:08 http://ar.webmanagercenter.com/management/article-545

التي تتم عبر الإنترنت، كما أن تجربة التجارة الإلكترونية لم تقم بها غالبية الناس، و دون هذه الممارسة ، فإن فعالية هذا النشاط يبقى مشكوك فيه خاصة فيما يخص استخدام وسائل الدفع عبر الإنترنت. حيث أن بعض الحوادث في البلدان الأجنبية مثل سرقة بطاقات الائتمان أو سرقة الهوية قد خلقت انعدام الثقة والخوف في الأنشطة التي تتم عبر الانترنيت. ولذا فمن الضروري تطوير الثقة على الإنترنت، لأن الأمن أمر أساسي ، يوفر بيئة موثوقة للمعاملات الالكترونية.

المجموعة الثانية تتعلق ببيئة التجارة الإلكترونية :

. عدم قابلية تحويل الدينار التونسي يمثل عائقا أمام المشتريات من الخارج، حيث أن المشتريات من المواقع الأجنبية ضرورية للتجارة الإلكترونية من أجل إقلاعها. و نظرا لعدم قابلية تحويل الدينار من المستحيل الشراء من المواقع التجارية الأجنبية علما أن هناك مجموعة واسعة من المنتجات لا توجد في تونس، مثل الكتب أو دراسات مختلفة. و في انتظار التحويل الكامل للدينار، وتمكين الشراء عبر الإنترنت من الخارج، قامت الحكومة التونسية بوضع بطاقة سياحية، ويجري اختبار تجربة استخدام هذه البطاقة التي يقتصر استعمالها على الحجز عبر الإنترنت من الفنادق فقط، في انتظار استخدامها في المستقبل في شراء السلع من الخارج. [99]

. البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية لا تزال غير كافية، فعلى الرغم من الجهود التي تبذلها الدولة لتحديث البنية التحتية للاتصالات ، يبدو أن تدفق الانترنت هو أكبر عقبة تقف أمام مستخدمي الإنترنت نظرا لوجود بطئ سعة الربط بالانترنت و كثرة الانقطاعات وبالإضافة إلى ذلك تبقى تكاليف الاشتراك في الانترنيت مرتفعة.

. عدم وجود حوافز للمستهلك، حيث أن المستهلك التونسي لا يتشجع للقيام بالمشتريات عبر الإنترنت إذا لم تكن هناك حوافز مثل الحوافز المالية (الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة على المبيعات) ، أو حوافز أخرى (توفير الوقت ، اختيار النوعية ، التسعير ، والعروض الخاصة).

---

[99] Adel Ben Hassine, « Les enjeux de la diffusion des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication en Tunisie », *Cahiers de la Méditerranée* [En ligne], 76 | 2008, mis en ligne le 06 mars 2009, Consulté le 10 novembre 2010 à 18 :43, http://cdlm.revues.org/index4332.html

. عدم الثقة في وسائل الدفع الالكترونية و ثقل إجراءاتها فحسب العديد من الناس تبقى وسائل الدفع الالكترونية في تونس غير فعالة، حيث يوجد حاليا نوعين من حلول الدفع الإلكترونية: الأولى الخاصة بالبريد التونسي (الدينار الإلكتروني)، هذه الطريقة تسمح القيام بمدفوعات صغيرة ولكن إجراءاتها تأخذ فترة طويلة حيث يجب التنقل إلى مكاتب البريد من أجل الحصول على البطاقة، ثم يجب تفعيل البطاقة وتزويد المحفظة الافتراضية عبر الموقع الإلكتروني، و هذه الإجراءات مملة للمستهلك. وسيلة الدفع الثانية هو الدفع عبر خادم الدفع الآمنة من المؤسسة المصرفية الالكترونية التونسية (SPS-SMT). هذا الحل يسمح بالدفع بواسطة بطاقة الائتمان، والمشكلة هي أن معظم المتسوقين عبر الإنترنت يتخوفون من رصد تفاصيل البطاقات المصرفية، ويشعرون بالقلق من هذا الإجراء، مما يدل على أن هناك نقصا في المعلومات حول الاتصالات الآمنة والشهادات الرقمية ، و دورهم في تأمين المعاملات.

.الجانب القانوني لا يزال غير كاف (الأدلة الإلكترونية ،الفاتورة الالكترونية ،...). حيث أن الإطار القانوني و التنظيمي للتجارة الالكترونية يتطلب رصد القوانين التي تحكم الاقتصاد الإلكتروني وطنيا ودوليا ، بما في ذلك التجارة الالكترونية وخدمات مجتمع المعلومات والتوقيع الالكتروني. فمن الضروري تحديث القوانين المختلفة حتى تتماشى مع التطورات التي تحدث في الاقتصاد الرقمي الجديد في كل المجالات (التجارة ، الاتصالات ، السياحة ، الخدمات المصرفية...).

و بالتالي لا بد أن نؤكد على أن الاندماج في مجال التجارة الإلكترونية لم يعد خياراً اقتصادياً فقط بل ضرورة لابد منها، وأن التأخير في وضع و تطبيق استراتيجيات متكاملة للتجارة الإلكترونية لا يؤدي فقط إلى التهميش الاقتصادي، وإنما إلى المزيد من التدهور والتنافس الاقتصادي بسبب تناقص نصيب صادرات البلاد من نسبة الصادرات العالمية.

و في الأخير يمكن تلخيص التجربة الكندية و التجربة التونسية من حيث أولويات إستراتيجيتهما لتطبيق التجارة الالكترونية، البنى التحتية، النتائج المحققة والعوائق التي تواجهها قي الجدولين التاليين:

الجدول رقم 16: ملخص التجربة الكندية في التجارة الالكترونية

البنية التحتية	البنية التحتية التكنولوجية، التشريعية، التنظيمية، المالية و البشرية للتجارة الالكترونية متوفرة منذ نهاية التسعينات و هي في الوقت الحالي جد متطورة.
أولويات إستراتيجية التجارة الالكترونية	– بناء الثقة في الأسواق الالكترونية: الأمن، التشفير، حماية المعلومات الشخصية، حماية المستهلك. –توضيح قواعد السوق الرقمية: التوقيع الالكتروني، الحياد الضريبي. –التوحيد القياسي للتجارة الالكترونية: تعزيز وجود كندا عالميا في عملية توحيد المقاييس من حيث البنية التحتية و معايير و تطبيقات التجارة الالكترونية. –تحقيق الفرص و الاستخدام الفعال: تيسير التجارة الالكترونية خاصة مع المنظمات الدولية مثل CNUCED, OMD,APEC ، مواجهة التحديات الجديدة مثل البريد الالكتروني المزعج، سرقة الهوية، الحيل في رسائل البريد الالكتروني
النتائج المحققة	حققت كندا في السنوات الأخيرة نتائج جد ايجابية في مختلف تطبيقات التجارة الالكترونية و تعتبر من بين أولى الدول عالميا من حيث رقم الأعمال المحقق من خلال التجارة الالكترونية و من حيث حجم المعاملات الالكترونية.
العوائق	التخوف من عمليات الغش و الاحتيال خاصة مع النمو المتزايد لجرائم الانترنيت.

المرجع: من إعداد الباحثة

الجدول رقم 17: ملخص التجربة التونسية في التجارة الالكترونية

الإطار العام لإستراتيجية التجارة الالكترونية	– تطوير البنية التحتية للاتصالات – وضع الهياكل التنظيمية للتجارة الالكترونية – وضع الإطار القانوني العام للتجارة الالكترونية – تأهيل الموارد البشرية – تأهيل طرق العمل من خلال الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة
الإنجازات	– تحسن في بعض مؤشرات تكنولوجيا المعلومات – تم وضع إطار قانوني للتجارة الالكترونية – تم إحداث عدد من الهياكل العملية و التقنية و الهياكل الاستشارية و التنسيقية – تأهيل الشركات و تحفيزها لاعتماد التجارة الالكترونية – تم تأهيل الموارد البشرية و تطوير التكوين الجامعي في هذا المجال بحيث تم إحداث المدرسة العليا للتجارة الالكترونية. – تعمل على تطوير وسائل الدفع الالكترونية – تم تحقيق كذلك: – الإدارة الاتصالية – الشباك الموحد للتجارة الخارجية (الإدارة الوحيدة) – الشبكة التجارية التونسية – المغازة العامة – المصادقة الالكترونية
النتائج المحققة	– ارتفاع في عد مواقع الواب التجارية نسبيا – تطور عدد المعاملات التجارية الالكترونية نسبيا
العوائق	– الأمية الرقمية – ضعف البنية التحتية – عدم وجود حوافز للمستهلك – عدم الثقة في وسائل الدفع الالكترونية – عدم قابلية تحويل الدينار التونسي – ضعف القوانين

المرجع: من إعداد الباحثة

من خلال الجدولين نلاحظ أن إستراتيجية الدولتين و أولوياتهما فيما يخص التجارة الالكترونية مختلفة و ذلك لأن كندا عند انتهاجها مشروع التجارة الالكترونية كانت تتمتع ببيئة جاهزة لتطبيق هذا المشروع و ذلك من حيث مختلف البنى التحتية الضرورية لذلك، و بالتالي ركزت إستراتيجيتها على معايير الأمن و قواعد السوق و الاستخدام الفعال للتجارة الالكترونية و كذلك تحقيق الفرص، أما العوائق التي تقف أمامها هي التخوف من مختلف الجرائم التي تتم على الانترنيت و عمليات الغش و الاحتيال التي زادت في السنوات الأخيرة، و هذه العوائق لا تخص كندا فقط و إنما تعاني منها كل الدول سواء كانت متطورة أو نامية أو متخلفة.

أما بالنسبة لتونس فإن أولويات إستراتيجيتها هي توفير البنية التحتية التكنولوجية بالدرجة الأولى ثم التشريعية، التنظيمية و المالية، ذلك لأن تونس مثل الكثير من الدول النامية لا تتمتع ببيئة جاهزة لتطبيق التجارة الالكترونية مثل حالة كندا و بالتالي تحقيق مشروع التجارة الالكترونية يعتبر صعبا بالنسبة لتونس نظرا للتحديات و العوائق التي تقف أمامها، هذا بالرغم من أنها تعتبر من الدول النامية التي حققت خطوة مهمة في هذا المجال.

و أخيرا يمكننا القول أن متطلبات التجارة الالكترونية في الدولتين نفسها إلا أن أولويات الإستراتيجيتين تختلف بين الدول المتقدمة و الدول النامية، و هذا ما سنحاول توضيحه في المبحث الموالي.

المبحث الثاني: إستراتيجية التجارة الالكترونية و التباين في متطلباتها بين الدول

أصبحت التجارة الإلكترونية بالنسبة للدول النامية ضرورة ملحة لزيادة إسهامها في التجارة العالمية وكذلك لتطوير قطاعاتها الإنتاجية الوطنية وإتاحة فرص متزايدة لرفع معدلات نموها الاقتصادي. وحتى يتحقق ذلك، لا بد من العمل على توفير متطلبات ومقومات التجارة الإلكترونية مع تذليل التحديات والعقبات للحاق بركب الاقتصاد اللاحدودي العالمي.

و من خلال دراسة التجربتين السابقتين يمكننا تحديد الإطار العام التي تقوم عليها إستراتيجية التجارة الالكترونية و الهياكل المسؤولة عن تنفيذها، و كذا التباين في أولويات متطلباتها بين الدول النامية و الدول المتطورة.

المطلب الأول: إستراتيجية التجارة الالكترونية، إطارها و هياكلها

إن التجارة الالكترونية ترتبط بمجموعة واسعة من المجالات، و بالتالي أي دولة بحاجة إلى رسم إستراتيجية لتعزيز التجارة الالكترونية و تحديد القطاعات المعنية بها و كذا السياسات التي تساعد على التطبيق الأمثل للتجارة الالكترونية للنهوض بالاقتصاد الوطني.

الفرع الأول: الإطار العام لإستراتيجية التجارة الالكترونية

الشكل البياني رقم 04 يوضح الإطار العام لإستراتيجية وطنية للتجارة الالكترونية، هذا الإطار يوضح كل القطاعات التي تمسها هذه الإستراتيجية.

الشكل رقم 04 :الإطار العام لإستراتيجية التجارة الالكترونية

مالية	الاتصال والتكنولوجيا	التجارة	الصناعة	الحكومة	التربية و التعليم	الثقافة و الإعلام

البنية التحتية

التوعية و التكوين

الجانب القانوني، التنظيمي و المالي

القطاع الخاص و مجتمع المعلومات

الحكومة الإلكترونية

المحيط الاقتصادي و الاجتماعي

المرجع: من إعداد الطالبة

يتضمن هذا الإطار قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و التي لا بد من التركيز عليه لاعتماد التجارة الالكترونية، و يدخل فيها كل من البنية التحتية للاتصالات، تكوين وتوعية المجتمع اتجاه المعلوماتية و وسائل الاتصالات، حيث أن الكثير من الدول أدمجت كل من سياسة تكنولوجيا المعلومات و سياسة التجارة الالكترونية في سياسة واحدة و اعتبرتها إستراتيجية متكاملة.
كما يتضمن إطار إستراتيجية التجارة الالكترونية الجانب القانوني و التنظيمي و المالي (خاصة وسائل الدفع الالكترونية)، الحكومة الالكترونية و تهيئة المحيط الاقتصادي و الاجتماعي و تطوير المؤسسات. و بالتالي هذا الإطار يمس مجموعة من القطاعات من بينها الاستثمار، المالية، التجارة، الصناعة، الحكومة، التعليم، الثقافة و الإعلام.

و كمثال عن الإطار العام لإستراتيجية التجارة الالكترونية نعرض خطة عمل المملكة السعودية، حيث صدرت الموافقة بتاريخ 1422/5/17هـ على الإطار العام لخطة العمل لنشر متطلبات التجارة الإلكترونية في المملكة السعودية، وتوجيه الجهات المختصة للإسراع في تنفيذ المهام التي تقع في نطاق اختصاصها. ويشمل الإطار العام للخطة المجالات التالية:

الجدول رقم 18: الإطار العام لإستراتيجية التجارة الالكترونية في المملكة السعودية

م	مجالات العمل	وصف موجز	الجهة المسؤولة
1	البنية التحتية الوطنية للمفاتيح العمومية PKI Public Key Infrastructure	تصميم وإنشاء البنية التحتية الوطنية للمفاتيح العمومية "PKI" وتحديد النظم والسياسات المتعلقة بها، لتوفير البيئة الآمنة التي تضمن أمن وسرية التعاملات الإلكترونية، وإيجاد المركز الوطني للتصديق وتحديد متطلبات جهات التصديق وآلية إصدار الشهادات الرقمية والمواصفات الفنية للتوقيعات الإلكترونية .	مدينة الملك عبد العزيز للعلوم و التقنية
2	نظم المدفوعات Payment Systems	تطوير نظم المدفوعات اللازمة للقيام بجميع العمليات المصرفية المطلوبة لإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة وأمان من خلال الوسائل الإلكترونية .	مؤسسة النقد العربي السعودي
3	البنية التحتية للاتصالات	تطوير البنية التحتية للاتصالات لتكون جاهزة لدعم تقنيات التجارة الإلكترونية وتوفير خدمات نقل البيانات بالسرعات والسعات المطلوبة بكفاءة وموثوقية عالية في جميع مناطق المملكة .	وزارة البرق والبريد والهاتف (شركة الاتصالات السعودية)
4	الأنظمة والتشريعات	إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لاعتماد التعاملات الإلكترونية والعقود المبرمة من خلالها وضمان الوفاء بالتزاماتها وحفظ حقوق المتعاملين واعتماد التوقيعات الإلكترونية.	وزارة التجارة بالتنسيق مع الجهات المعنية

5	أمن المعلومات والخصوصية	تحديد المتطلبات اللازمة لضمان أمن نظم المعلومات ومتطلبات حماية الخصوصية والبيانات الشخصية.	وزارة الداخلية – مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية
6	تقديم الخدمات الحكومية إلكترونيا (الحكومة الإلكتروني)	تنفيذ مشروع نظام معلومات متكامل لتمكين الجهات الحكومية من تقديم خدماتها وتبادل البيانات فيما بينها إلكترونياً (الحكومة الإلكترونية–e Government).	وزارة المالية والاقتصاد الوطني بالتنسيق مع الجهات المعنية
7	نظام المشتريات الحكومية	إيجاد نظام إلكتروني للمشتريات الحكومية يتم من خلاله طرح المناقصات الحكومية واستكمال إجراءاتها.	وزارة المالية والاقتصاد الوطني
8	إيجاد موقع تسويقي على شبكة الإنترنت "Portal" للشركات والمصانع الوطنية	إيجاد موقع تسويقي على شبكة الإنترنت Portal لتمكين المصانع والشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تسويق منتجاتها وبيعها عن طريق الشبكة داخل وخارج المملكة.	الغرف التجارية الصناعية
9	دعم نشر مفاهيم وتطبيقات التجارة الإلكترونية وتشجيع الاستثمار في تقنياتها.	إعداد إستراتيجية وطنية شاملة لدعم نشر تقنيات التجارة الإلكترونية في القطاعين العام والخاص، وحث القطاع الخاص لتبني ودعم المبادرات التي تهدف إلى نشر استخدام تقنيات التجارة الإلكترونية في المملكة، وتهيئة الظروف الملائمة لتشجيع ودعم شركات تقنيات المعلومات للاستثمار في توفير الحلول الملائمة لنشر تطبيقات التجارة الإلكترونية في المملكة.	الفريق الاستشاري من رجال الأعمال
10	توفير الخدمات المساندة	توفير الخدمات المساندة الضرورية لدعم انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية مثل تحسين خدمات توصيل الطرود والإرساليات البريدية، و تحديد عناوين المواقع الحكومية والتجارية والسكنية.	وزارة البرق والبريد والهاتف– وزارة الشؤون البلدية والقروية
11	نشر الوعي وتعزيز الثقة	إقامة المحاضرات و الندوات والمؤتمرات وورش العمل التي تتناول أحدث التطورات في مجال التجارة الإلكترونية وسبل الاستفادة منها، وتعزيز الثقة بكفاءة وأمان التعاملات الإلكترونية.	وزارة التجارة بالتعاون مع الغرف التجارية
12	التدريب والتأهيل	تأهيل وتدريب الكفاءات البشرية الوطنية لمواجهة الطلب المتوقع على الكفاءات المؤهلة مع تزايد استخدام التجارة الإلكترونية في المملكة.	وزارة التعليم العالي – المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني
13	الدراسات والبحوث	إجراء ودعم الدراسات والبحوث المتعلقة بالاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية في المملكة وسبل تطويرها.	مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية – وزارة التعليم العالي

المرجع: المملكة العربية السعودية، وزارة التجارة والصناعة بالمملكة العربية السعودية ، اللجنة الدائمة للتجارة الإلكترونية ، الإطار العام لخطة عمل التجارة الالكترونية، 1431هـ – 2010، مطلع عليه في 18 مارس 2011، الساعة 17:46 http://www.mci.gov.sa/ecomm/plan.asp

الفرع الثاني: الهياكل المسئولة عن تنفيذ إستراتيجية التجارة الالكترونية

إن وضع و تنفيذ إستراتيجية وطنية للتجارة الالكترونية من أكبر التحديات التي تواجه الحكومات ، و في بداية العملية لا بد من طرح الأسئلة التالية: – كيف يتم التنظيم و التنسيق لتنفيذ إستراتيجية التجارة الالكترونية؟ – ما هي الجهات المسئولة عن تنفيذ هذه الإستراتيجية؟

– ما هي القطاعات التي تتميز بالأولوية و التي تخصص لها أكبر الموارد؟

جدول رقم 19: الجهات المسؤولة عن وضع و تنفيذ إستراتيجية التجارة الالكترونية

. وزارة الاتصال	. البنوك
. وزارة التجارة	. الجمارك
. وزارة الصناعة و الاستثمار	. الجامعات
. وزارة المالية	.المستهلكين
. وزارة العدل	.ممثلي المؤسسات
. وزارة التربية و التعليم	. المحاميين
	.القطاع الخاص

المرجع: من إعداد الطالبة

نظرا لتعدد الجهات والقطاعات المسئولة عن تنفيذ هذه الإستراتيجية و التي يمكن أن تكون لديها برامج و أولويات مختلفة جدا عن بعضها البعض، فإنه لا بد من التوفيق بين المصالح المتضاربة.

إن الحكومة تركز اهتمامها في الغالب على الجوانب الاجتماعية و السياسية (كتعزيز الشركات الصغيرة و المتوسطة، إدماج المجتمعات المهمشة، الاهتمام بالمدارس) في حين أن القطاع الخاص يسعى وراء الربح، فإن تركيزه يكون على المدن و المناطق الكثيفة بالسكان. لذلك لا بد على كل الجهات المعنية أن تبذل جهد من أجل إيجاد حل وسط و عادل بطريقة تتماشى مع مختلف الاحتياجات. كما أنه لا بد على القطاع العمومي أن يأخذ بعين الاعتبار اهتمامات القطاع الخاص و كذا المجتمع المدني ككل.

و يعتبر تدخل الدولة مهما في بعض القضايا مثل تلك المتعلقة بالضرائب، البنية التحتية، حماية الملكية الفكرية و الحفاظ على المنافسة. إن تنفيذ إستراتيجية التجارة الالكترونية و توفير متطلباتها يكون على المستوى الحكومي، من خلال تعيين سلطة مسئولة عن التنسيق و التنفيذ، و لقد أثبتت تجارب دولية (مثل كوستاريكا، استونيا، جمايكا، ماليزيا و تايلاند) أنه لا بد من إسناد هذه المسؤولية إلى هيئة موجودة من قبل مثل السلطة التنظيمية للاتصالات، وزارة العلوم و التكنولوجيا أو وزارة الاتصالات، حيث قد يكون أكثر فعالية من أن يتم إنشاء لجنة وزارية جديدة تابعة للحكومة.

إن القرارات المتخذة بشأن الإستراتيجية الوطنية للتجارة الالكترونية لا بد أن تتخذ على أعلى مستوى سياسي، و يتطلب ذلك إرادة سياسية قوية لضمان نشر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و كذا التجارة الالكترونية في البلد.[100]

المطلب الثاني: التباين في أولويات إستراتيجية التجارة الالكترونية بين الدول

لكي تصبح التجارة عبر شبكة الإنترنت متاحة في أي مجتمع فإنه لابد من توفر البيئة المناسبة لها وكذلك المتطلبات اللازمة لتحقيقها. لكن أولويات هذه المتطلبات تختلف من دولة إلى أخرى و ذلك حسب التطور الاقتصادي و الاجتماعي و التكنولوجي لهذه الدول، و لذلك قبل التعرض لعناصر إستراتيجية التجارة الالكترونية لا بد من توضيح التباين الموجود بين الدول المتطورة و الدول النامية، حيث أن هذا التباين يمكن تفسيره بالفجوة الرقمية الموجودة بين العالم المتطور و العالم المتخلف فيما يخص تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات (كما قمنا بتوضيحه في الفصل الأول).

و من خلال دراستنا لتجربة كندا و تجربة تونس يمكن استنتاج أن تجاربهما و إستراتيجيتهما المتبعة في التجارة الالكترونية مختلفة و ذلك حسب التطور الاقتصادي و التكنولوجي و الاجتماعي، فالإطار العام لأي إستراتيجية لا يختلف كثيرا و لكن أولوياتهما تختلف (أنظر الشكل رقم 05)، مثلا في العديد من الدول النامية، استخدام الانترنيت في المؤسسات لا يزال محتشما، فبالنسبة لهذه الدول نقطة الانطلاق في إستراتيجيتها هي توعية المجتمع اتجاه تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، تشجيع استخدام الانترنيت، الحصول على المعدات و البرمجيات بأقل تكلفة و ذلك لضمان الوصول إلى اعتماد التجارة الالكترونية.

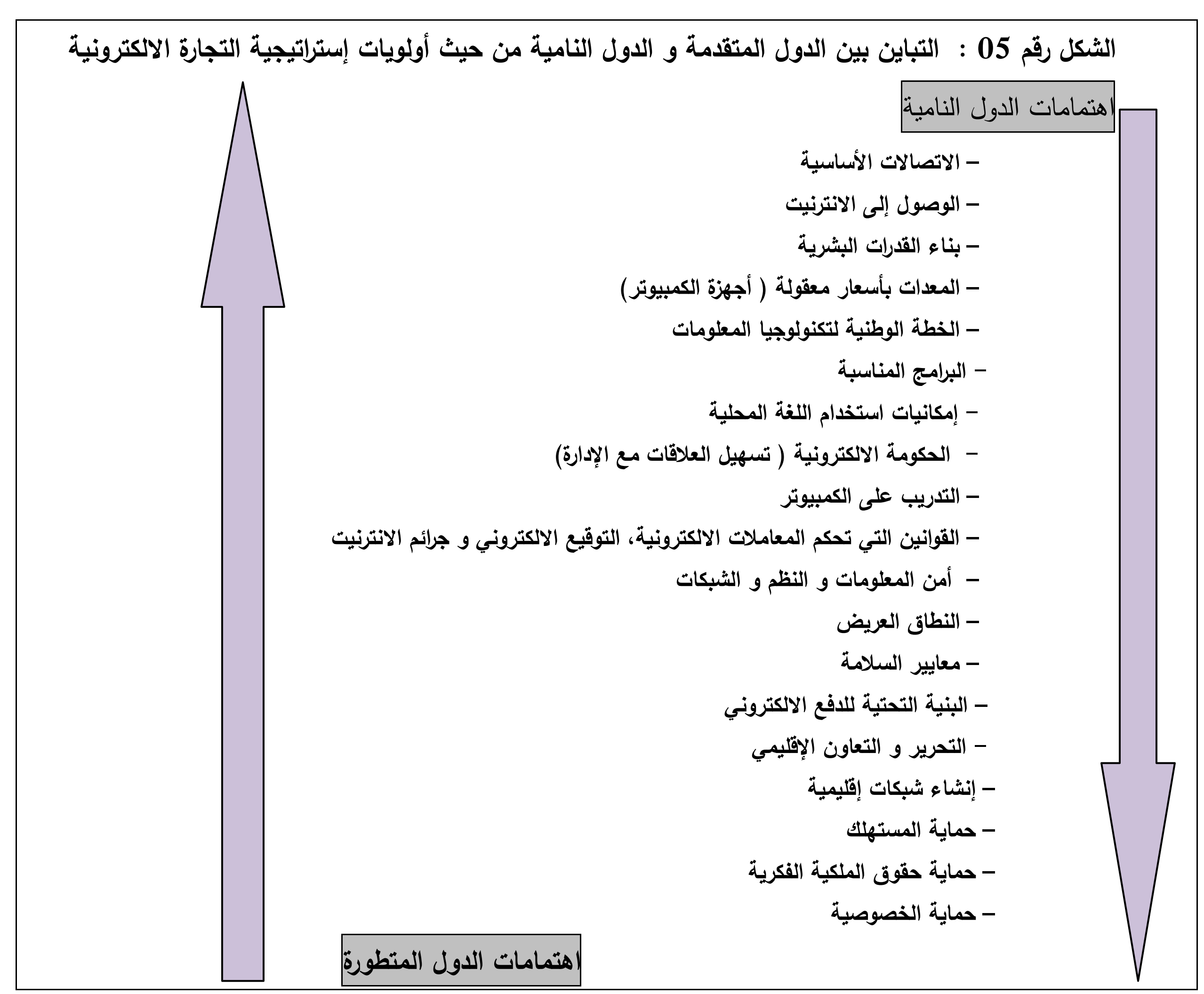
أما في الدول المتطورة فإن اهتماماتها و انشغالاتها تختلف تماما عن الدول النامية، فهي تهتم بالجوانب المتعلقة بالمنافسة، الثقة و الأمن، حماية الملكية الفردية، فتح أسواق جديدة، بناء شبكات إقليمية، أما بالنسبة للبنية التحتية و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ليست من أولوياتها، فهي

---

[100] Rapport sur le commerce électronique et le développement , 2003, Établi par le Secrétariat de la CNUCED, Nations Unies, New York et Genève, 2003, consulté le http://www.unctad.org/ecommerce

تجاوزت هذه المتطلبات منذ سنوات عديدة. و بالتالي من المهم أن نميز بين الاستراتيجيات المناسبة للبلدان المتقدمة و تلك المناسبة للبلدان النامية، لأن هذا سيساعدنا أكثر على تحديد الاحتياجات الضرورية لكل دولة.

الشكل رقم 05 : التباين بين الدول المتقدمة و الدول النامية من حيث أولويات إستراتيجية التجارة الالكترونية



Source : Abdelaziz S. Doukkali, Quelles opportunités de développement pour l'Afrique, ICT International UNECA, consulté le 11-01-2011 à 07 :50 www.uneca.org/disd/events strategy/Commerce%20Electronique.ppt

المبحث الثالث: متطلبات التجارة الالكترونية في الدول النامية و بعض تجاربها

أحدثت التطورات الأخيرة في تقنية المعلومات قفزة نوعية في مجال تطوير العمل وزيادة الإنتاجية التي تؤدي بدورها إلى زيادة معدلات النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية

المنشودة، ولذا نجد أن الثورة التي يمر بها العالم حاليا في مجال تقنية المعلومات والاتصالات أنتجت ما يسمى بالتجارة_الالكترونية كبديل للتجارة التقليدية.

و لكن التحول من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية تستلزم من الحكومات إتباع إستراتيجية تمكنها من توفير كل المتطلبات الضرورية لاعتمادها من بنية تحتية للاتصالات و تكنولوجيا المعلومات، و تحقيق النفاذ الشامل لهذه الأخيرة، القيام بتوعية المواطنين اتجاه التجارة الالكترونية، تنمية الموارد البشرية، تهيئة البنية التحتية القانونية للتجارة الالكترونية، تطوير التجارة الالكترونية على مستوى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، تطوير صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و كذلك تحقيق مشروع الحكومة الالكترونية، و تطوير وسائل الدفع الالكترونية. كل هذه المتطلبات ستساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في تحقيق و تنفيذ إستراتيجية التجارة الالكترونية.

في هذا المبحث سوف نتطرق إلى كل هذه المتطلبات مع عرض مجموعة من التجارب الدولية فيما يخص هذه المتطلبات و لكن الدراسة سوف تركز على الدول النامية، لأن إستراتيجيات الدول المتطورة تختلف عن إستراتيجيات الدول النامية و ذلك نظرا للفجوة الرقمية الموجودة بين دول العالم المتطور و باقي الدول كما أن أولويات الإستراتيجيات تختلف بينهما (كما وضحناه في السابق)، و بما أن دراستنا ستركز في الفصل الأخير على تحديات و آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر فإن تجارب الدول النامية ستساعدنا على رسم إستراتيجية مناسبة للجزائر وفقا لبيئتها الاقتصادية، الاجتماعية و الثقافية، هذا لا ينفي وجود تجارب دول متطورة يمكن الاستفادة منها كذلك.

المطلب الأول: البنية التحتية الرقمية و تحقيق النفاذ الشامل لها

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات القاعدة الأساسية التي تقوم عليها التجارة الالكترونية، و من خلال هذا المطلب سنحاول توضيح الإجراءات التي ينبغي اتخاذها من قبل الحكومات لتطوير هذا القطاع و سندعم دراستنا بالتجربة التايلاندية في هذا المجال.

الفرع الأول: البنية التحتية الرقمية

أولا: مضمونها

نظرا للأهمية البالغة للبنية التحتية لإقامة التجارة الالكترونية، ينبغي بذل جهود معتبرة لتوفيرها من شبكات الاتصالات والمعلومات وتطبيقاتها، تكون مهيأة لمراعاة الظروف الوطنية، يسهل النفاذ إليها

بتكلفة معقولة وتستفيد من إمكانات تكنولوجيا النطاق العريض في الانترنت فائق السرعة والتقارب والتلاحم بين قطاع الاتصالات والإعلام.

و لذلك ينبغي على الحكومات أن تتخذ إجراءات في إطار السياسات الإنمائية الوطنية من أجل دعم بيئة تمكينية وتنافسية للاستثمار الضروري في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومن أجل إنشاء خدمات جديدة.

ففي كثير من الدول و خاصة منها الدول النامية، عملية تحرير و خصخصة قطاع الاتصالات تمثل إشكالية صعبة و ذلك بسبب التضارب الموجود بين متطلبات شركات وطنية عامة ومبادرات القطاع الخاص، فالبلدان التي قامت بإصلاح قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و فتحت هذا القطاع إلى عدة مستثمرين محليين أو أجانب حققت تحسن ملحوظ، حيث ارتفع عدد مستخدمين الانترنيت، انخفضت الأسعار و تحسنت الجودة. فنجد استونيا مثلا من بين أولى دول أوربا الشرقية و الوسطى التي فتحت سوق الاتصالات في بداية التسعينات و أدى ذلك إلى ارتفاع سريع لعدد المشتركين في الهاتف الثابت و المحمول و انخفاض الأسعار و توسع مستدام في قطاع الاتصالات. كذلك بالنسبة لمصر، فمنذ سنة 1999 قامت بوضع خطة وطنية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و نجحت من خلالها في زيادة الكثافة الهاتفية و عدد المشتركين في الهاتف النقال و في الخطوط الدولية و زيادة قدرات الاتصالات الدولية مع شبكة الانترنيت مع الحد من تكاليف الوصول إلى الشبكة. و نفس الشيء حدث في كل من الشيلي، برمودا، السلفادور و الفيليبين، فقد استطاعت هذه الدولة من تطوير بنيتها التحتية و كذلك خدمات الاتصالات و ذلك منذ فتح مجال المنافسة في أسواقها.[101]

و بصفة عامة، نستنتج أنه بالنسبة للدول النامية لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار أن بناء شبكة الاتصالات مكلفة جدا، فكثير من هذه الدول بحاجة إلى الاستثمار الأجنبي المباشر لتحسين بنيتها

[101] Rapport sur le commerce électronique et le développement, Établi par le Secrétariat de la CNUCED, Nations Unies, New York et Genève, 2003, consulté le 05-05-2010 http://www.unctad.org/ecommerce

التحتية، و لذلك يجب عليها أن تقوم بإنشاء سوق منظمة للاتصالات و كذلك وضع سياسات تهدف إلى خلق مناخ مناسب للاستثمار الأجنبي.

و في سياق الاستراتيجيات الإلكترونية الوطنية، يجب رسم سياسات واستراتيجيات ملائمة للنفاذ الشامل ووسائل تنفيذها، بما يتماشى مع المقاصد الإرشادية ووضع مؤشرات لتوصيل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى كل المدارس والجامعات والمؤسسات الصحية والمكتبات ومكاتب البريد والمؤسسات الأخرى المفتوحة أمام الجمهور، بما يتماشى مع المقاصد الإرشادية.

ثانيا: التجربة التايلندية في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات

في أوائل التسعينات، اعتبرت الحكومة التايلندية أن تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات يمكنها أن تضيف الكثير إلى التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للبلاد و تزيد من قدرتها التنافسية. ففي سنة 1992 أسست اللجنة الوطنية للمعلوماتية (NITC) باعتبارها هيئة عليا تحت رئاسة مجلس الوزراء و يتألف من ممثلي القطاع العام و القطاع الخاص، تعمل هذه الهيئة على تطوير و مراقبة السياسة الوطنية لتكنولوجيا المعلومات. كما تم تحرير قطاع الاتصالات السلكية و اللاسلكية في سنة 2001، لذلك فقد ساهم القطاع الخاص بشكل ملحوظ في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات خاصة فيما يتعلق بالهاتف المحمول.

في سنة 1996، اعتمدت الحكومة أول مخطط وطني للمعلوماتية (IT 2000). هذا المخطط تضمن ثلاث محاور أساسية هي:

- وضع بنية تحتية وطنية للمعلومات؛
- بناء القدرات؛
- تسيير المصالح الوطنية باستعمال تكنولوجيا المعلومات؛

حددت في هذا المخطط المبادئ التوجيهية لسياسة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات للفترة 1995–2000 و كذا الإطار العام للخطط المستقبلية. و نظرا للتطور السريع لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في العالم (التقدم التقني و انتشار تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في كل القطاعات الاقتصادية)، قامت اللجنة الوطنية للمعلوماتية (NITC) بمراجعة مخطط (IT 2000) و وضعت مخطط جديد (IT 2010) و الذي تم الموافقة عليه من قبل الحكومة سنة 2002، هذا

المخطط يغطي فترة 2001- 2010 و يأخذ بعين الاعتبار الخبرة المكتسبة من خلال تنفيذ مخطط 2000 و كذا التطور المحلي و الدولي لإنتاج و استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و أخيرا مراعاة الأهداف الاجتماعية و الاقتصادية العامة لتطوير تايلاند. و ما نلاحظه من خلال هذه الدراسة أن حكومة تايلاند وضعت إستراتيجية على المدى البعيد، و هذا ما ساعدها على تحقيق النجاح في خطط العمل و إمكانية مواكبة التطورات التي تحدث في العالم.

1 - الإطار العام للإستراتيجية و عناصره الأساسية:[102]

إن المخطط IT 2010 يعتبر خطة تعمل على جعل الاقتصاد التايلاندي اقتصاد قوي قائم على المعرفة ولذلك فهو يركز على استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات للتنمية الاجتماعية و الاقتصادية و هو يرتكز على ثلاث مبادئ رئيسية:

- تعزيز رأس المال البشري؛
- تعزيز البنية التحتية و الصناعة المعلوماتية؛
- تشجيع الابتكار

هذا المخطط يحدد خمسة قطاعات أساسية هي:

.الحكومة الالكترونية

.التجارة الالكترونية

.الصناعة الالكترونية

.التعليم الالكتروني

.المجتمع الالكتروني

إن تطوير كل قطاع يتطلب التنسيق مع القطاعات الأخرى و يتماشى مع الثلاث مبادئ التوجيهية.

[102] Rapport sur le commerce électronique et le développement, Établi par le Secrétariat de la CNUCED, Nations Unies, New York et Genève, 2003, consulté le 05-05-2010 http://www.unctad.org/ecommerce

2 – تنفيذ الإستراتيجية

تحت إشراف رئيس الوزراء، فإن اللجنة الوطنية للمعلوماتية هي المسئولة عن تنفيذ و نشر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في البلاد، أما عملية التنسيق بين مختلف الإدارات و الهيئات العمومية، تقديم الخدمات العامة و الحكومة الالكترونية فتم إخضاعها إلى وزارة جديدة و هي وزارة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات التي تم إنشائها في أكتوبر 2002.

كما أن تنفيذ هذه الإستراتيجية تطلب تدخل العديد من الهيئات و الوزارات أهمها:

- وزارة الضرائب: التي ساهمت في إنشاء الحكومة الالكترونية، خاصة فيما يتعلق بالتصريحات الضريبية.
- مكتب ترقية الصادرات الذي قام بإنشاء مشروع التجارة الالكترونية و ذلك لمساعدة المؤسسات و المصدرين التايلنديين على التعامل مع شركات أجنبية عبر شبكة الانترنيت.
- مكتب رئيس مجلس الوزراء الذي يقوم بالتنسيق بين مختلف الأسواق الالكترونية العمومية و يهدف من ذلك الحد من التكاليف و زيادة الإنتاجية و الشفافية و منح الشركات أحسن الفرص.

– مكتب الترقية بوزارة الداخلية يتكلف بتسهيل إدخال التجارة الالكترونية على مستوى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و كذا تنميتها على مستوى المجتمع من خلال برنامج " Thai Tanbon" و كذلك برنامج "Thai National Electronics and Cumputer Techniligy" مع إنشاء مراكز الاتصالات بالتعاون مع منظمات أخرى محلية، الهدف من هذه المراكز ليس توفير الوصول إلى الانترنيت و لكن أيضا تطوير الأعمال الالكترونية و تكييفها مع احتياجات المجتمعات المحلية.

- مكتب وزارة التجارة الخارجية بوزارة التجارة يتكلف بإصدار و تحويل شهادات الاستيراد و التصدير عبر شبكة الانترنيت، و مكتب الجمارك الذي قام بوضع مشروع التبادل الالكتروني للبيانات لمعالجة كل عمليات التصدير و الاستيراد.
- وزارة التعليم أشرفت على مشروع "School Net"، الهدف منه إدخال المعلوماتية في كل البرامج و على مختلف المستويات.

أما فيما يخص الجانب القانوني، فقد سنت تايلاند مجموعة من القوانين المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات مثل قانون 2001 المتعلق بالمعاملات الالكترونية، و كذلك هناك قوانين خاصة بحماية المعلومات، الجرائم المعلوماتية و التحويل الالكتروني للأموال، هذه القوانين تمت تحت إشراف NTIC .

3 – النتائج:

في إطار مخطط تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات IT2000 ، استطاعت تايلاند تحقيق بعض أهداف البرامج المسطرة و أخفقت في أخرى خاصة تلك المتعلقة بتعزيز القدرات و كذلك المتعلقة بالحكومة الالكترونية (و هذا راجع جزئيا إلى الركود الذي عرفته تايلاند في أواخر التسعينات). و مع ذلك تصنف ضمن البلدان المصنعة حديثا ، فهي منتج مهم لمعدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، و هي تعمل على تطوير وإدارة نظم المعلومات الإدارية المتكاملة للحكومة والقطاع الخاص والشركات وقطاع التعليم. هذه السياسة تهدف إلى توسيع نطاق الحصول على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع أنحاء البلد.

أما فيما يخص عدد المشاريع و البرامج التي تم تحقيقها نلخصها كما يلي:

- تم إنجاز اتصالين بشبكة الانترنيت، هذا ما زاد بشكل ملحوظ سرعة و جودة الربط بالشبكة.
- في 2002 تم إنشاء 1100 مركز انترنيت عمومي على مستوى كل المحافظات من طرف إدارة الاتصالات و إدارة الهواتف، على أن يقوم المستخدمين بشراء بطاقات ذكية لاستعمالها. وارتفع عدد مستخدمي الإنترنت في تايلاند من 30 فقط في عام 1991 إلى أكثر من 13 مليون في عام 2007 و إلى 17486400 مستخدم سنة 2010 أي ما يعادل 26.3 % [103] من الحجم الكلي للسكان (انظر الجدول 23). وقد شجعت سياسة الحكومة هذا التطور من خلال منظمات مثل (National Electronics and Computer Technology Centre)، التي

[103] Internet World Stats, World Internet Users and Population Stats, , consulté le 15-12-2010 à 17:15 http://www.internetworldstats.com/stats.htm

تقوم بعرض رقم خاص (1222) الذي يسمح للمشتركين عبر الهاتف الثابت للاتصال مع معظم مزودي خدمات الإنترنت و لكن يدفع فقط سعر المكالمة الهاتفية المحلية. كما أن العديد من المزودين قاموا بتخفيض أسعار الاشتراك بالإنترنت، مما تسبب في هبوط الأسعار عامة و زيادة الطلب.[104]

جدول رقم 20: تطور عدد مستخدمي الانترنيت بتايلاند بين سنة 1991 و سنة 2010

السنوات	عدد مستخدمي الانترنيت
2010	17486400
2007	13 416 000
2006	11 413 000
2005	9 909 000
2004	6 970 000
2003	6 000 000
2002	4 800 000
2001	3 500 000
2000	2 300 000
1999	1 500 000
1998	670 000
1997	220 000
1996	70 000
1995	45 000
1994	23 000
1993	8000
1992	200
1991	30

Source: Les télécommunications en Thaïlande, NECTEC, consulté le 12-05-2012 à 07:05
http://www.itu.int/itunews/manager/display.asp?lang=fr&year=2008&issue=07&ipage=20&ext=html

[104] Les télécommunications en Thaïlande, NECTEC, consulté le 12-05-2012 à 07:05 http://www.itu.int/itunews/manager/display.asp?lang=fr&year=2008&issue=07&ipage=20&ext=html

- قامت منظمة NECTEC في سنة 2002 بوضع نظام جديد يدعى Linux باللغة التايلندية من خلاله تم إصدار أجهزة كمبيوتر صغيرة عالية الجودة من إنتاج تايلاندي و كذا برمجيات تدعى Office TLE ، و الذي تلقى إقبال و تجاوب كبير من مستخدمي الحاسوب الذين لم تكن لهم الإمكانيات لشراء البرمجيات التجارية باهظة الثمن، ففي ماي 2003 تم تسليم أكثر من 160000 جهاز مضمونة لمدة سنة.
- تم تحقيق برنامج يدعى School Net Thailand و الذي كان يرمي إلى خمسة أهداف:

اتصال بالانترنيت، الدعم التقني، تطوير المحتوى، تدريب المدربين و الترويج لاستخدام الانترنيت في المدارس . في جوان 2003، تم توصيل 4787 مدرسة بشبكة الانترنيت، و فيما يخص الدعم التقني فقد وضعت NECTEC خدمة الانترنيت مجانا على مستوى كل المدارس، و من أجل تطوير المحتوى تم إنشاء مكتبة رقمية تحتوي على مواقع تعليمية باللغة التايلندية بمساهمة الباحثين والطلاب. في ماي 2003 أكثر من 250000 أستاذ (حوالي نصف مجموع الأساتذة) تم تكوينهم.[105]

- قامت الشبكة المعلوماتية للدولة (Gouvernment Information Network) بوضع شبكة افتراضية خاصة ذات النطاق العريض للاتصال بالإدارات الحكومية في جميع أنحاء البلاد و تقدم عددا من الخدمات على الانترنيت. على سبيل المثال التصريحات الضريبية على الانترنيت فخلال الشهرين الأولين لسنة 2003 تم تسجيل 70000 تصريح.
- قانون المعاملات الالكترونية دخلت حيز التنفيذ في أبريل 2002، و هي تسمح بالتعامل بالتوقيع الالكتروني.
- أسواق إلكترونية ظهرت في قطاعات مختلفة مثل قطاع المواد الغذائية، النفط، المنسوجات و السيارات. و هناك قطاعات فرعية عرفت نجاحا فيما يخص التجارة الالكترونية (كانت من بين أهداف سياسة تعزيز التجارة الالكترونية) مثل السياحة، التجارة في الأحجار الكريمة، المجوهرات و الملابس الجاهزة).

---

105 Les télécommunications en Thaïlande, NECTEC, consulté le 12-05-2012 à 07:05

http://www.itu.int/itunews/manager/display.asp?lang=fr&year=2008&issue=07&ipage=20&ext=html

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات منذ فترة طويلة أولوية بالنسبة للحكومة التايلاندية فهي تدعم عددا من المبادرات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسياسة "تكنولوجيا المعلومات 2010" التي وضعتها اللجنة الوطنية لتكنولوجيا المعلومات و ذلك بتعزيز رأس المال البشري ، وتشجيع الابتكار والاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، و تحرير التجارة وتحرير سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية. وهدفها هو جعل الاقتصاد التايلاندي قائم على المعرفة ، بحيث جميع المواطنين ، سواء كانوا يعيشون في المدن أو في المناطق الريفية يستفيدون من ذلك.

الفرع الثاني: تحقيق النفاذ الشامل لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات

إن إصلاح سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يتم من خلال تحسين النوعية و سهولة الوصول إليها، و لكن إذا تابعنا قوى السوق من أجل إنشاء البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و كذا التجارة الالكترونية، فمن الممكن إهمال المناطق النائية أو المناطق ذات كثافة سكانية قليلة، لأن الاستثمار في شبكة الاتصالات السلكية و اللاسلكية في هذه المناطق تعتبر غير مربحة. و بالتالي إستراتيجية التجارة الالكترونية لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار توصيل البنية التحتية إلى كل المناطق و إلى كل فئات المجتمع للحد من خطر التهميش.

إن العمل على تيسير النفاذ الشامل لكافة القطاعات وفئات المجتمع للاستفادة من الخدمات المختلفة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وتحسين جودة هذه الخدمات خاصة في المناطق المعزولة والنائية، هو من أهم أهداف إستراتيجية التجارة الالكترونية.

في الدول النامية، يمكن أن يكون من الأفضل إعطاء الأولوية للتوصيل المشترك للانترنيت بدلا من ربط جميع الأسر لأن ذلك يتطلب استثمارات و مبالغ كبيرة. فمثلا يمكن توسيع استعمال الانترنيت من خلال وضع نقاط نفاذ عمومية متعددة الأغراض، تتيح النفاذ مجانا أو بأسعار معقولة للجمهور إلى مختلف تطبيقات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وخصوصا الإنترنت، و كذلك توصيل الانترنيت إلى المدارس، الجامعات و المكتبات العامة، و القيام بمبادرات ترمي إلى توفير أجهزة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وعلى وجه الخصوص الحاسبات، بأسعار وشروط ميسرة.

هذا ما قامت به العديد من الدول مثل كوستاريكا التي فتحت 187 مركز على مستوى المكتبات العمومية، المكاتب الإدارية و على مستوى 30 مركز بريد. مصر كذلك قامت بفتح 305 نادي تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات خاصة في المناطق التي تقطنها المجتمعات الفقيرة. في الهند كذلك تم وضع مشروع مركز مجتمع المعلومات، يشمل ثمانية ولايات الشمال الشرقي للبلاد، حيث يستخدم سكان الريف هذه المراكز بالدرجة الأولى للوصول للانترنيت و البريد الالكتروني و كذا كتابة و معالجة النصوص و تعلم استخدام الكمبيوتر و تكنولوجيا المعلومات.[106]

و في الأخير لتسهيل تدفق التجارة الالكترونية يمكن أن تتخذ الحكومات تدابير أخرى لتعزيز النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات تتمثل في:

- فتح الباب للمنافسة من أجل توسيع نطاق الخدمات و زيادة عدد الموردين و تخفيض الأسعار؛
- إقامة شراكة بين القطاع العام و القطاع الخاص؛
- إقامة عقود مع مشغلي شبكات الاتصالات تجبرهم على خدمة المناطق النائية.

المطلب الثاني: التوعية و تنمية الموارد البشرية

في كثير من الدول النامية، مختلف الجوانب المتعلقة بالتجارة الالكترونية و تكنولوجيا المعلومات مثل فوائدها، طريقة التعامل بها، تقنياتها والمشاكل القانونية و التنظيمية تعتبر مجهولة. نقص المعرفة في هذا المجال توجد على كل المستويات، سواء في القطاع العام، القطاع الخاص و المستهلكين، لذلك فإن تعزيز و تطوير استخدام تكنولوجيا المعلومات و الانترنيت هي واحدة من أولويات البلدان النامية فيما يخص تطبيق مشروع التجارة الالكترونية.

[106] Rapport sur le commerce électronique et le développement, Établi par le Secrétariat de la CNUCED, Nations Unies, New York et Genève, 2003, consulté le 05-05-2010 http://www.unctad.org/ecommerce

الفرع الأول: التوعية

عملية التوعية يمكن أن تتم بطرق و وسائل مختلفة، مثل إدماج تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في البرامج التعليمية، القيام بحملات إعلامية خاصة في التلفاز، القيام بمعارض عامة لاستخدامات التكنولوجيا، القيام بالتكوين تحت إشراف الدولة أو الشركات و فتح ورش عمل و تنظيم مؤتمرات.

الهدف من كل هذه الإجراءات هو خلق ثقافة التجارة الالكترونية على مستوى الشركات و المستهلكين، و كل القطاعات، و كذلك توعية رجال الأعمال و المسيرين و المدراء. و يمكن للدولة أن تكون قدوة و ذلك من خلال توفير المعلومات و الخدمات على الانترنيت، و استعمال هذا الأخير للاتصال مع المواطنين، و إجبارهم على استعمال الانترنيت مثلا لدفع فواتير الكهرباء والغاز أو من أجل طلب أي وثيقة إدارية مثل شهادة الميلاد، و بهذه الطريقة يمكنها أن تلعب دورا هاما في توعية المجتمع بمزايا تكنولوجيا المعلومات و التجارة الالكترونية و تعزيز استخدامها و كذلك توعية رجال الأعمال و المسيرين و المدراء و تغيير وجهة نظرهم اتجاه استخدامات تكنولوجيا المعلومات و التجارة الالكترونية.

الفرع الثاني: تنمية الموارد البشرية

تعتبر عملية التكوين و التأهيل على مستوى المؤسسات و على مستوى المستهلكين و المجتمع ككل جد مهمة و ذلك من أجل التعريف بمزايا و إمكانيات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و مختلف استعمالات الانترنيت للنهوض بالتجارة الالكترونية. و من خلال هذا المطلب سنحاول توضيح الإجراءات اللازم اتخاذها في هذا المجال و التطرق إلى أحد التجارب الناجحة في تنمية و تكوين الموارد البشرية ألا و هي التجربة الشيلية.

1- مضمونها

إن التعليم و التكوين ضرورة حتمية من أجل التحكم الفعال في التكنولوجيات الجديدة و استعمالاتها، فالمجتمع الرقمي مبني أساسا على مجتمع المعرفة و أن مزايا تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات مرتبطة مباشرة بالقدرة على استخدام المعطيات و المعلومات من أجل خلق معارف جديدة. لذلك فإن تنمية الموارد البشرية هي عنصر أساسي في إستراتيجية التجارة الالكترونية و كذا تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و التي تعتبر من أكبر التحديات التي تواجهها الدول النامية إذا كانت تهدف إلى النهوض بالتجارة الالكترونية.

من أجل تنمية الموارد البشرية و مواجهة التحدي الخاص بالتجارة الالكترونية، لا بد من وجود إرادة سياسية على أعلى مستوى، و يجب على الحكومات وضع برامج تهدف إلى ذلك و تخصيص موارد مالية كافية خاصة على مستوى القطاعات الحساسة مثل قطاع التعليم و قطاع التعليم العالي. كما أن تنفيذ سياسة تنمية الموارد البشرية و تكوينها يمكن أن تتم بتدخل العديد من الشركاء: الحكومة، مؤسسات التكوين الخاصة، المنظمات الدولية و المنظمات غير الحكومية.

إن تنمية الموارد البشرية يمكن أن تبدأ على مستوى المؤسسات التعليمية من خلال التدريب على استخدام الحاسوب و استعمال الانترنيت، و لذلك لا بد على الحكومة أن توفر أجهزة الحاسوب و الربط بالشبكة و كذلك تكوين المعلمين، كل هذا من أجل ظهور جيل جديد من الأطفال مألوفة مع أجهزة الكمبيوتر.

و بما أن تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تطور و تغير متواصل و سريع، فإن القطاع العام في غالب الأحيان يجد صعوبة في تكييف هذه التطورات مع برامجها التكوينية، لذلك تستطيع الحكومات أن تقيم شراكة مع الشركات التكنولوجية الكبيرة التابعة للقطاع الخاص (علما أن أفراد المجتمعات المحدودة الدخل لا تستطيع دفع تكاليف التكوين نظرا لارتفاع أسعارها على مستوى هذه الشركات الخاصة). فمثلا قامت مصر بتدريب 5000 إطار شباب في كل سنة و ذلك بالتعاون مع الشركات المتعددة الجنسيات الكبيرة مثل شركة Microsoft Oracle, IBM, Siemens [107] .

على الصعيد العالمي، فإن الطلب على اليد العاملة المؤهلة في تزايد ملحوظ و هناك نقص في العرض مقارنة بالطلب عليها و لذلك فإن العديد من الدول المتطورة قامت بجلب اليد العاملة الأجنبية ذوي المهارات العالية من البلدان النامية، و هذا ما نسميه بظاهرة هجرة الكفاءات من الدول النامية والفقيرة إلى الدول المتطورة والمتقدمة علميا وتكنولوجيا، و تمثل هذه الظاهرة من أهم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية لما تشكله من استنزاف غير مرئي ومستمر للخبرات والكفاءات العالية والتي يتطلب تكوينها وإنشاؤها الكثير من الوقت والجهد والمال، وإن الاحتفاظ بهذه العقول

---

[107] المنتدى العربي للإدارة و الموارد البشرية، محمد أحمد إسماعيل، مراكز تدريب لتنمية الموارد البشرية، المطلع عليه في 11-12-2010 على الساعة 08:10 http://www.hrdiscussion.com/hr1465.html

والكفاءات يعد في غاية الأهمية بالنسبة للدول التي تنشد التطور والتقدم ومواكبة الحياة المعاصرة و المتسارعة [108]، و لذلك لا بد على الدول النامية توفير ظروف عمل جذابة لضمان الاحتفاظ بهذه المهارات.

2- التجربة الشيلية في تنمية الموارد البشرية

قامت الشيلي من أجل تنمية الموارد البشرية بوضع برنامج "Red Enlaces" الذي قامت بتنفيذه وزارة التربية و التعليم سنة 1999، و يعتبر هذا البرنامج من بين أولى المشاريع التي قامت بها الحكومة الشيلية لإعداد التلاميذ و الأساتذة لمجتمع المعلومات و من أجل دمج تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في البرامج الأساسية للتعليم في البلاد، و الهدف من هذا البرنامج هو إثراء الدراسة، و تدريب المعلمين مع أدوات تعليمية جديدة، تشجيع الابتكار واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في النظام التعليمي وكذا إعطاء لجميع التلاميذ أفضل البرامج التعليمية و نفسها للجميع بغض النظر عن الموقع الجغرافي أو المستوى الاجتماعي والاقتصادي و منه تكوين جيل صاعد قائم و متعود على التكنولوجيات الجديدة.

يوفر هذا البرنامج البنية التحتية (أجهزة كمبيوتر، اتصال بشبكة الانترنيت، البرمجيات التعليمية و المواقع) و يقوم على تدريب المعلمين. بعد عشر سنوات أي في عام 2002 استطاعت الحكومة الشيلية تنفيذ هذا البرنامج على مستوى 74 % من المدارس الابتدائية و 93 % من المدارس الثانوية أي ما يعادل 77 % من مجموع المدارس، حيث تم توزيع 50000 جهاز كمبيوتر على مستوى 72 % من المدارس و ربط 50 % من المدارس بشبكة الانترنيت كما تم تكوين 60 % من المعلمين.[109]

---

[108] موقع آل الحكيم، حسن المحمداوي، هجرة الكفاءات بين الماضي والحاضر، العراق، المطلع عليه في 21-12-2010 على الساعة 07:13 http://www.alhakeem-iraq.net/index.php?id=58

[109] Enlaces Program – Chile Stockholm Challenge 2010, consulté le 19-06-2010 à 06:24 http://www.stockholmchallenge.org/project/2010/ enlaces-program-chile

خلال السنوات السبعة الأخيرة، كان جهاز كمبيوتر واحد مخصص لكل 56 طالب في المدارس و انتقل إلى كمبيوتر لكل 24 طالب في 2008 و كانت تتوقع الوصول إلى تخصيص كمبيوتر لكل 10 طالب في عام 2010[110]. ويمكن تلخيص النتائج المحققة حتى سنة 2009 من خلال الإحصائيات التالية:

جدول رقم 21: النتائج المحققة من خلال برنامج Red Enlaces سنة 2009

البيان	النسبة	العدد
مجموع المدارس التي نفذ فيها برنامج Red Enlaces	% 91,1	10911
على مستوى المدارس الابتدائية	% 98,3	8935
على مستوى الثانويات	% 99,9	1976
مجموع التلاميذ المتصلة بتكنولوجيا المعلومات	% 91,6	2723062
على مستوى المدارس الابتدائية	% 91,8	1870598
على مستوى الثانويات	% 93,3	852464
القاعات المجهزة بالحاسوب	% 23,87	3180
الأساتذة المكونين على تكنولوجيا المعلومات	% 70,8	110000

Source : Enlaces Program – Chile Stockholm Challenge 2010,consulté le 19-06_2010 à 06:24 http://www.stockholmchallenge.org/project/2010/ enlaces-program-chile

من خلال هذا البرنامج استطاعت الحكومة الشيلية محو الأمية الرقمية للمعلمين، فمعظمهم يمكنهم استخدام التقنيات الرقمية، و زاد فهمهم لقيمة ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملية التعليم و التعلم و كذا التصور الذاتي لمهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. و في الأخير و حسب منظمة التعاون والتنمية فإن برنامج Red Enlaces هو مشروع ممتاز وبعيد المدى

[110] IDEM

استطاعت من خلاله الحكومة محو الأمية الرقمية لأجيال عديدة و تقليل الفجوة الرقمية في التعليم في البلد ككل[111].

المطلب الثالث: البنية التحتية القانونية للتجارة الالكترونية

أدّى التطور الكبير في مجال تقنيات المعلومات والاتصالات خلال السنوات العشر الماضية إلى حدوث تغيرات جذرية على أشكال المعاملات الإدارية والتجارية، التي أخذ إجراؤها عن طريق الوسائل الإلكترونية والشبكات المعلوماتية (الإنترنت بوجه خاص) يتزايد بكثافة، حتى بدأ الشكل الإلكتروني يطغى تدريجياً على الشكل الورقي التقليدي. ولاشك في أن التحول نحو شكل المعاملات الإلكترونية هو حصيلة المزايا العديدة التي يوفّرها، وأهمها إمكان إنجاز المعاملات بسرعة وفعالية عاليتين، وعن بعد، وبصورة تحقق قدراً كبيراً من الشفافية.

ويتطلّب الاعتماد على الوسائل الالكترونية في المعاملات توفّر آليات دقيقة لإثبات حدوث هذه المعاملات وتلاقي إرادتي طرفي المعاملة وتحديد وقت إبرامها وإمكانية العودة إلى مضمونها بأمانة تامة، وذلك ضماناً لحقوق المتعاملين.

الفرع الأول: مضمونها

و لذلك تتطلب إستراتيجية التجارة الالكترونية إنشاء أطر قانونية وتنظيمية وسياسية ملائمة وشفافة على الأصعدة العالمية والإقليمية والوطنية، حيث تعتبر هذه المسألة من أهم القضايا تعقيدا بالنسبة للمسئولين نظرا للمشاكل التي تواجه المبادلات التجارية عبر الانترنيت من نقص الثقة، انعدام الأمن، جرائم الانترنيت و الفيروسات. و لذلك ينبغي أن تأخذ هذه الأطر في الاعتبار حقوق والتزامات جميع أصحاب المصلحة في مجالات حرية التعبير والخصوصية والأمن وإدارة عناوين وأسماء ميادين الإنترنت لحماية المستهلك مع المحافظة في الوقت نفسه على الحوافز الاقتصادية وكفالة الثقة والطمأنينة للقيام بالأنشطة التجارية.

---

[111] الصندوق الاستئماني التابع لوزارة التنمية الدولية بالمملكة المتحدة والبنك الدولي ومجموعة K&S المشروعات الأخيرة: واجز تنفيذي، سياسات التعلّم والتدريب المستمرين مدى الحياة في بلدان أمريكا اللاتينية، مطلع عليه في 22 جوان 2010 على الساعة 15:35، http://www.bing.com/search?q=siteresources.worldbank.org%2F

يهدف قانون التجارة الإلكترونية إلى تأكيد صحة المعاملات التي تتم عن طريق الوسائط الإلكترونية و التي يتم استخدام الوسيط الإلكتروني فيها لتحرير أو نقل أو تخزين البيانات والعقود المتعلقة بهذه المعاملات.

ومن أجل تحقيق هذا الهدف فإن قانون التجارة الإلكترونية يركز بصفة أساسية على وضع المبادئ القانونية التي تسمح بالاعتراف بالمحررات الإلكترونية بديلاً عن الوسائط الورقية التقليدية بالإضافة إلى الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني والمساواة بين المحررات الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني من حيث الحجة في الإثبات القانوني وبين المحررات الورقية والتوقيع التقليدي الذي يتم على وسيط ورقى .[112] و كذلك المبادئ القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، حماية البيانات أو المعلومات الشخصية، حماية الملكية الفكرية، و قوانين جرائم الانترنيت.

و تعتبر السويد أول دولة سنت تشريعات خاصة بجرائم الحاسب الآلي والانترنت، حيث صدر قانون البيانات السويدي عام 1973 الذي عالج قضايا الاحتيال عن طريق الحاسب الآلي إضافة إلى شموله فقرات عامة تشمل جرائم الدخول غير المشروع على البيانات الحاسوبية أو تزويرها أو تحويلها أو الحصول غير المشرع عليها وتبعت الولايات المتحدة الأمريكية السويد حيث أصدرت قانونا خاصا بحماية أنظمة الحاسب الآلي (1976 – 1985)، وفي عام 1985 حدّد معهد العدالة القومي خمسة أنواع رئيسة للجرائم المعلوماتية وهي: جرائم الحاسب الآلي الداخلية، جرائم الاستخدام غير المشروع عن بعد، جرائم التلاعب بالحاسب الآلي، دعم التعاملات الإجرامية، وسرقة البرامج الجاهزة والمكونات المادية للحاسب. وفي عام 1986 صدر قانونا تشريعاً يحمل الرقم 1213 عرّف فيه جميع المصطلحات الضرورية لتطبيق القانون على الجرائم المعلوماتية كما وضعت المتطلبات

---

[112] البوابة القانونية، شركة خدمات المعلومات التشريعية و معلومات التنمية، فؤاد جمال عبد القادر، إطلالة على مشروع قانون التجارة الالكترونية، شركة خدمات المعلومات التشريعية و معلومات التنمية، المطلع عليه في 21-12-2010 على الساعة 06:54
http://www.tashreaat.com/view_studies2.asp?id=618&std_id=93

الدستورية اللازمة لتطبيقه، وتأتي بريطانيا كثالث دولة تسن قوانين خاصة بجرائم الحاسب الآلي و بعدها كندا، الدنمرك، فرنسا،هولندا و اليابان[113].

الفرع الثاني: تجارب دولية في تشريع وسن قوانين متعلقة بالتجارة الإلكترونية

أولا – الولايات المتحدة الأمريكية

تعد تجربة الولايات المتحدة الأمريكية من التجارب النوعية الرائدة في صياغة قوانين التجارة الإلكترونية وتشريع ها، وتنظيم شبكة الإنترنت ولا يعد ذلك مستغربًا، ذلك أن بداية نشأة الإنترنت كانت في الولايات المتحدة الأمريكية ، والسبب الآخر هو أن كثيرًا من التكنولوجيات المتعلقة بالشبكة اخترعت وطورت في الولايات المتحدة الأمريكية.

ويمكن أن توصف القوانين والتشريعات الصادرة في الولايات المتحدة والمتعلقة بتنظيم شبكة الإنترنت بأنها معقدة ومتداخلة، وتنظم مسائل مختلفة.

في عام 1997 أطلق الرئيس الأمريكي خطة العمل الخاصة بالتجارة الالكترونية ، وتضمنت الخطة مبادئ رئيسة هي:[114]

- يجب على القطاع الخاص أن يكون السباق والرائد في مجال التجارة الإلكترونية؛
- يجب على الحكومات أن تتجنب وضع العراقيل غير المناسبة على التجارة الإلكترونية؛
- عندما تكون الحاجة داعية لتدخل الحكومات، يجب أن يكون هدفها من جراء التدخل سن وتنفيذ قوانين معتدلة ومتجانسة وبسيطة وواضحة بحيث تساعد على إيجاد بيئة قانونية مناسبة للتجارة الإلكترونية، ويجب على القوانين أن تؤمّن التنافسية، وتحمي المستهلك وحقوق الملكية الفكرية وخصوصية الأفراد، وتسهل حل المنازعات بالطرق التقليدية؛

---

[113] منتدى قانون الإمارات،جرائم الانترنت،الوجه القبيح للتكنولوجيا، المطلع عليها في 22-12-2010 على الساعة 9:22 http://www.theuaelaw.com/vb/showthread.php?p=235

[114] مراجعة نقدية لمشروعي قانوني المبادلات و التجارة الالكترونية و تنظيم التوقيعات الالكترونية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني، مارس 2009، ص 37.

- يجب على الحكومات أيضًا أن تضع في عين الاعتبار خصائص الإنترنت عند إعداد قوانين متعلقة بالإنترنت؛
- يجب أن تسهل هذه التشريعات التجارة الإلكترونية من خلال شبكة الإنترنت على المستوى العالمي، ويكون ذلك من خلال وضع الاتفاقيات الدولية.

وسندا لهذه المبادئ تضمنت الخطة تسع توصيات رئيسة متصلة بالجوانب القانونية والتنظيمية للتجارة الالكترونية، وتتمثل هذه التوصيات، بعدم فرض أية ضرائب على أنشطة التجارة الالكترونية و إيجاد نظام قانوني مرن للدفع النقدي يراعي سرعة التطور التقني لوسائل الدفع، وتعديل القواعد القانونية التجارية بالنسبة للعقود التجارية والتواقيع الالكترونية وقواعد الدفع والتبادل المالي ، حماية الملكية الفكرية وضمان حقوق المعلنين والمستثمرين المعنوية فيما ينشر الكترونيا وبخصوص الحلول التقنية والبرمجيات ذات العلاقة ، حماية الخصوصية بحظر جمع البيانات الخاصة إلا وفق القواعد التي تكفل حماية أصحابها وصحة البيانات والحق في تعديلها ومعرفة أوجه استخدامها ومعالجتها، وحماية أمن المعلومات وأمن الشبكات وخلق معايير تشفير مقبولة، وإزالة كافة القيود أمام صناعة التقنية والاتصالات، وتشجيع التنظيم الخاص من قبل القطاعات الصناعية التقنية بشأن القيود المفروضة على المحتوى المنشور ضمن القطاعات العاملة على الانترنت، وإيجاد معايير تقنية لأعمال الانترنت مستندة للسوق وليس إلى معايير حكومية مفروضة.

وتنفيذا لهذه الخطة جرى إقرار العديد من التشريعات المنظمة لأعمال التجارة الالكترونية أو المتصلة بها سواء على مستوى الولايات أو المستوى الفدرالي آخرها القانون الخاص بحجية التواقيع الالكترونية ومعايير قبول هذه التواقيع كبينة في الإثبات، هذا بالرغم من أن النظام القانوني للولايات المتحدة الأمريكية يتضمن عشرات التشريعات المنظمة لشؤون التقنية والكمبيوتر والشبكات [115].

---

[115] تقنية المعلومات، التجارة الالكترونية: تقنية المعلومات للتجارة الالكترونية، المطلع عليه في 12-12-2010 على الساعة 07:13 http://www.it4h.com/forum/t165.html

ثانيا – الاتحاد الأوروبي:

كان من بين أهداف الإتحاد الأوروبي أن تلعب الدول الأوروبية على مستوى العالم دورًا رياديًا في مجتمع المعلومات، وقد كان تحقيق هذا الهدف لا يقتصر على وجود بيئة قانونية سليمة وإنما تضافر أكثر من عامل ، ويمكن إجمال أهم تلك العوامل على النحو التالي:

–وضع السياسات الخاصة بمجتمع المعلومات وكان من شأنها التحول من مجتمع المعلومات إلى الاقتصاديات المبنية على المعرفة.

– التركيز في السياسات التي وضعت على الإنترنت باعتبارها المحرك الأساسي للمجتمعات التي تقوم على المعلومات، وقد شجعت الدول الأوروبية استخدام الإنترنت، ووضعت البرامج التي تجعلها سريعة ورخيصة وآمنة، وطورت المحتوى، وشجعت التكنولوجيات والتطبيقات الحديثة للإنترنت مثل الشبكات كما طورت خدمات الحكومة (broadband Networks) عريضة النطاق الإلكترونية لكل المواطنين. و لتحقيق كل ذلك دعم الاتحاد الأوروبي والشركات والجهات الأكاديمية برامج وتطوير التكنولوجيا.

– وضعت السياسات التي ساهمت في تحرير الأسواق والبنية التحتية وقطاع الاتصالات من الاحتكار، ووضعت القواعد التي تطبق على كل دول الإتحاد الأوروبي، والتي من شأنها تشجيع التنافسية بين الشركات لتقديم أفضل الخدمات الاتصالية للمواطن والمستهلك الأوروبي.

– خلق جو من التنافس بين الشركات التي تقدم خدمات الاتصالات و توفير حماية للخصوصية والسرية في شبكة الانترنيت.

– قام الإتحاد الأوروبي بإيجاد مجموعة من التشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية التي تضمن الاعتراف القانوني بالعقود الإلكترونية التي تبرم من خلال شبكة الإنترنت، والانتقال الحر للخدمات الإلكترونية. ويبين الجدول التالي التوجيهات الأوروبية الصادرة في هذا الخصوص.

جدول رقم 22: تشريعات الاتحاد الأوروبي ذات العلاقة بالتجارة الالكترونية والتوقيعات الالكترونية

الرقم	التوجيه الأوروبي	ملخص للتوجيه الأوروبي	ملاحظات
1	التوجيه الأوروبي حول التجارة الإلكترونية رقم 2000/31/EC	يقع هذا التوجيه الأوروبي في أربعه فصول و ٢٤ مادة تعالج موضوعات مختلفة متعلقة بمجتمع المعلومات في أوروبا، ومن بين المسائل التي يتطرق لها القانون نذكر الأحكام العامة المتعلقة بالتطبيق ٣ (والفصل الثاني المقسم لثلاثة – والتعريفات والسوق المحلية) ١ أجزاء تعالج أو ً لا التأسيس ومتطلب الإفصاح من مقدم خدمة مجتمع ٨ (وثالثًا العقود – ٥ (وثانيًا المراسلات التجارية) ٦ – المعلومات) ٤ ١١ (ورابعًا مسؤولية الوسطاء مزودي – المبرمة بوسائل الكترونية) ٩ ١٥ . (ويعالج الفصل الثالث من التوجيه التطبيق) ١٦ – الخدمات) ١٢).٢٤ –٢٠ (ويعالج الفصل الرابع والأخير البنود الختامية) ٢١–	يغطي التوجيه كل خدمات مجتمع المعلومات التي يمكن القيام بها على شبكة الإنترنت مثل خدمات الجرائد وقواعد البيانات والخدمات المالية وخدمات المحترفين سواء كانوا محامين أو محاسبين، وخدمات التسلية وغيرها. وفقًا للمادة ٢٢ من التوجيه الأوربي حول التجارة الإلكترونية كان يجب على دول الإتحاد الأوروبي أن توفق قوانينها الوطنية بما يتوافق مع التوجيه الأوروبي قبل ١٧ . كانون الثاني لعام ٢٠٠٢
2	التوجيه الأوروبي للبيوع عن بعد وحماية المستهلك رقم 97/7/EC	يقع التوجيه الأوروبي المتعلق بالتوقيعات الإلكترونية في ١٥ مادة.ومن هذه المواد نطاق انطباق القانون) ١ التعاريف ٢ والأثر القانوني للتوقيعات الإلكترونية ٥ والمسؤولية ٦ والبعد الدولي ٧ و حماية البيانات ٨ واللجنة ٩ (ومهامها) ١٠ (والإبلاغ) ١١ والمراجعة) ١٢ (والتطبيق) ١٣ (وغيرها من البنود الأخرى .	أخذت بعض الدول العربية كثيرًا من الأحكام الخاصة بالتوجيه الأوروبي الخاص بالتوقيعات الإلكترونية، ومن بين u1607 هذه الدول لبنان في مشروع اقتراح التوقيع الإلكترونية الخاص بها.
3	التوجيه الأوروبي للبيوع عن بعد وحماية المستهلك رقم 97/7/EC	يقع التوجيه الأوروبي في ١٩ مادة تعالج مسائل مختلفة للبيوع عن بعد وحماية المستهلك .من أهم مواد التوجيه الأوروبي نطاق انطباق القانون) ١ (والاستثناءات)٣ (والإفصاح المسبق) ٤ (وتزويد المستهلك بتأكيد مكتوب للمعلومات) ٥ (وحق الإرجاع) ٦ (والتنفيذ) ٧ (والدفع بوساطة البطاقة) ٨ (والبيوع غير المطلوبة)٩ (والالتجاء)للمحاكم والإجراءات الإدارية) ١١ (والطبيعة الإلزامية للإحكام) ١٢ ومعلومات المستهلك) ١٦ (ونظام الشكاوى) ١٧ (وغيرها من المواد الأخرى .	(تم تعديل المادة ٣ للبيوع عن بعد وحماية المستهلك رقم EC 97/7 /بالتوجيه الأوروبي رقمEC/ ٦٥/٢٠٠٢ والمتعلق بالتسويق عن بعد للخدمات المالية
4	التوجيه الأوروبي بخصوص معالجة البيانات الشخصية وحماية الخصوصية في قطاع الاتصالات رقم EC ٥٢/٢٠٠٢ / (التوجيه الأوروبي بخصوص الخصوصية الاتصالات الالكترونية)	يهدف هذا التوجيه لتوحيد قوانين دول الإتحاد الأوروبي وإيجاد قواعد موحدة لحماية الحقوق الرئيسية والحريات، وبشكل خاص الخصوصية بمعالجة المعلومات الشخصية في قطاع الاتصالات ولضمان حرية انتقال البيانات والمعدات والخدمات الخاصة بذلك داخل الإتحاد الأوروبي. يقع هذا التوجيه في ٢١ مادة، ومن أهم المسائل التي يعالجها نذكر الأمن ٤ وسرية المراسلات ٥ ومرور ومكان البيانات ٨،٩ والاستثناءات١٠ ولوائح المسجلين١٢ والمراسلات غير المطلوبة ١٣ والدخول في النفاذ ٢٠ وغيرها من المواد الأخرى .	يجب أن نذكر أن أغلب قوانين الدول العربية لم تهتم بموضوع الخصوصية وجمع المعلومات باستثناء القانون التونسي الذي نص على أحكام خاصة بذلك وهذا يعد قصور ملحوظ في هذه القوانين.

المرجع: مراجعة نقدية لمشروعي قانوني المبادلات و التجارة الالكترونية و تنظيم التوقيعات الالكترونية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني، مارس 2009، ص 42.

ويجب الإشارة إلى أن التوجيهات الأوروبية التي تصدر تعتبر ملزمة للدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي، ويجب أن تعمل على تضمينها في قوانينها المحلية ، وإلا تعرضت لعقوبات معينة.

ثالثا – الدول العربية:

تعد تجربة الدول العربية في معالجة المسائل المختلفة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية حديثة العهد إذا ما قورنت بالدول الأخرى في هذا المجال، فأول دول عربية أصدرت قانونا متعلقا بالمعاملات الإلكترونية هي تونس، وتبعتها الأردن والإمارات وغيرها من الدول الأخرى.

هناك عددا من الدول العربية مازالت تعد مشروعات قوانين متعلقة بالمبادلات والتوقيعات الإلكترونية ، ومازالت هذه المشروعات قيد الدراسة من قبل اللجان المختلفة التي تم وضعها لإعدادها، أو معروضة على الجهات التشريعية بغية مناقشتها. ومن الدول العربية نذكر في هذا الخصوص كلا من لبنان والكويت وعمان وغيرها.

و يمكن تلخيص أهم القوانين أو المشروعات المتعلقة بالتجارة الالكترونية للدول العربية في الجدول التالي:

جدول رقم 23 : القوانين و المشروعات المتعلقة بالتجارة الالكترونية للدول العربية

الرقم	الدولة العربية	القانون/ المشروع	النفاذ	ملخص القانون	ملاحظات
1	تونس	القانون التونسي رقم نافذ ٢٠٠٠ / ٨٣ والمؤرخ في ٩ أغسطس ٢٠٠٠ المتعلق بالأعمال الإلكترونية .	نافذ	عالج القانون مسائل مختلفة متعلقة بالتجارة الإلكترونية في ٧ أبواب و٥٣ فص لا) مادة (منها الأحكام العامة والوثيقة الإلكترونية والإمضاء الإلكتروني والوكالة الوطنية للمصادقة الإلكترونية وخدمات المصادقة الإلكترونية والمعاملات التجارية الإلكترونية وحماية المعطيات الشخصية والمخالفات والعقوبات.	تعد تونس من أوائل الدول العربية التي سنت قانون متعلق بالتجارة الإلكترونية وقد اخذ مشروع المبادلات الإلكترونية الفلسطيني كثيرا من الإحكام وحتى الفصول من القانون المذكور ، منها الفصل الثالث المتعلق بالهيئة العامة للمصادقة الإلكترونية والفصل السادس الخاص بالمعاملات التجارية الإلكترونية
2	الأردن	قانون المعاملات الإلكترونية رقم ٥٨ لسنة ٢٠٠١	**نافذ**	يقع القانون في ٤١ مادة ويعالج مسائل مختلفة منها الأ حكام العامة والسجل والعقد والرسالة والتوقيع الإلكتروني والسند الإلكتروني القابل للتحويل والتحويل الإلكتروني للأموال وتوثيق السجل والتوقيع الإلكتروني والعقوبات	أخذ مشروع المبادلات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية من قانون المعاملات الالكترونية الأردني أحكام متشابهة وهي الأحكام المتعلقة بالسجل والعقد والرسالة والتوقيع الإلكتروني ١٨ (من القانون – وذلك في المواد) ٧ الأردني المذكور وهي تشبه الفصل الثاني في مشروع المبادلات والتجارة ٢٠ –الإلكترونية الفلسطيني) المواد ٧).

#	الدولة	القانون	الحالة	المضمون	ملاحظات
				والأحكام الختامية.	
3	الإمارات	قانون المعاملات نافذ والتجارة الإلكترونية رقم) ٢ (لسنة ٢٠٠٢.	نافذ	يقع القانون في ٥ فصول و ٣٩ مادة تعالج مسائل مختلفة مثل التعريفات ومتطلبات المعاملات الإلكترونية والتسجيلات والتوقيعات الإلكترونية والأحكام المتصلة بالشهادات وخدمات التصديق وتفسير القانون والتطبيق وقبول ا لتعامل الإلكتروني.	يطبق القانون في إمارة دبي فقط. وهناك مشروع فيدرالي يتم إعداده في الوقت الحاضر ليطبق على كل دولة الإمارات . وقد أخذ مشروع تنظيم التوقيعات الإلكترونية الفلسطيني ببعض أحكام قانون دبي المذكور، منها الأحكام المتعلقة باعتماد الشخص على)التوقيع الإلكتروني) المادة ٧ والاعتراف بالتوقيعات الإلكترونية .الأجنبية (المادة ١٦)
4	البحرين	مرسوم بقانون رقم) نافذ ٢٨ (لسنه ٢٠٠٢ بشأن المعاملات الالكترونية	نافذ	يقع القانون في ٢٧ مادة ويعالج التطبيق وقبول التعامل الإلكتروني وشروط قبول الجهات العامة للتعامل الإلكتروني وحجية السجلات الإلكترونية في الإثبات والتوقيع الإلكتروني وحفظ المستندات وإبرام العقود واعتماد مزودي خدمة الشهادات وإلغاء اعتمادهم وتسجيل أسماء النطاق وسلطة التفتيش والعقوبات وغيرها من المسائل الأخرى .	تعد البحرين من الدول العربية القليلة التي أصدرت قرار بخصوص اعتماد مزودي خدمة الشهادات و الإشراف على أعمالهم رقم) ٤ (لسنة ٢٠٠٤ وبذلك تكون وضعت المرسوم موضع التطبيق. و يعد المرسوم من القوانين العربية القليلة التي تطرقت لموضوع أسماء النطاقات) عناوين مواقع الإنترنت (ولكن لم يعالج هذا الموضوع بصورة كاملة و لم يتطرق للإجراءات العملية المتبعة في حالة تسجيل أسماء مواقع تتطابق أو تتشابه (ccTLDs) وطنية مع العلامات التجارية
5	مصر	قانون تنظيم التوقيع نافذ الإلكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤.	نافذ	يتكون القانون من ٣٠ مادة ويعالج مسائل مختلفة من بينها : إنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات وحجية التوقيع الكتروني والكتابة الإلكترونية ومزاولة نشاط إصدار شهادات التصديق الإلكتروني واعتماد الجهات الأجنبية التي تصدر شهادات التصديق والعقوبات وغيرها من الأحكام الأخرى.	هناك مشروع آخر للتجارة الإلكترونية أعد في مصر وهو أكثر شمو لا من قانون تنظيم التوقيعات الإلكترونية ولم يتم الموافقة عليه . ويعالج أغلب المسائل التي تثيرها شبكة الإنترنت مثل أسماء النطاقات) عناوين مواقع الإنترنت (وحماية المستهلك و قواعد البيانات وغيرها من المسائل الأخرى.
6	الكويت	مشروع قانون التجارة الإلكترونية الكويتي.	غير نافذ	يعالج مشروع القانون الذي يتكون من ١٢ مادة تعالج مسائل مختلفة مثل المستند الإلكتروني والشروط التي ينبغي توافرها في المستندات أو السجلات أو المعلومات الإلكترونية حتى يمكن الاحتفاظ بها والتعبير عن الإرادة بوساطة المستند الإلكتروني والإثبات وصدور المستند الإلكتروني عن المنشئ و تسلم المستند الإلكتروني ومكان إرسال المستند الإلكتروني ووقت تسلمه والجرائم، وغيرها من النصوص المقترحة الأخرى.	وضع مشروع القانون من قبل غرفة تجارة وصناعة الكويت ومازال قيد الدراسة والتنقيح . وهناك اقتراح قانون آخر بشأن التجارة الإلكترونية يتكون أيضًا من ١٢ ماده، وهذا الاقتراح مقدم من النائب حسن عبد الجوهر

7			غير نافذ	يتكون المشروع من ٣٠ ماد و يقع في أربع ة أبواب ويعالج مسائل مختلفة مثل الإثبات والتوقيع الإلكتروني ومصلحة التجارة الإلكترونية ومقدم خدمات المصادقة الإلكترونية وأخيرًا العقوبات.	قامت المجموعة الأوروبية بدعم التجارة ا لإلكترونية في لبنان فقدمت منحة بمبلغ 1.7 مليون يورو. ويهدف مشروع التجارة الإلكترونية إلى تطوير قوانين التجارة الإلكترونية، والقيام بحملة بين الشركات اللبنانية لمساعدتها في التجارة الإلكترونية ويمكن زيارة الموقع الذي خصص لذلك على عنوان الإنترنت التالي http://www.ecomleb.org/new/default.asp. وهناك أكثر من مشروع قدم بخصوص التوقيعات الإلكترونية في لبنان ومنها الذي قدم من النائب غنوه جلجول و اللجنة التي كلفها وزير الاقتصاد اللبناني السابق دكتور ناصر السعد ي والنائب ياسين جبر واللجنة المكلفة من وزارة العدل

المرجع: مراجعة نقدية لمشروعي قانوني المبادلات و التجارة الالكترونية و تنظيم التوقيعات الالكترونية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني، مارس 2009، ص 42.

إن تجربة الدول العربية في سن مثل هذه القوانين مازالت متواضعة، ولا يوجد أي تطبيق عملي أمام المحاكم لأي من المسائل التي عرضتها هذه القوانين، ومن المؤمل أن يكون ذلك مستقبلا. و إن أغلب القوانين التي صدرت في الدول العربية تعالج مسائل محددة في التجارة الإلكترونية مثل المعاملات والتوقيعات الإلكترونية، وهناك كثير من المسائل الأخرى المتعلقة بالتجارة الإلكترونية أغفلتها هذه القوانين. لذا، فان تجربة البلدان العربية تعد تجربة محدودة جدًا في مجال إصدار القوانين المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، وتكنولوجيا المعلومات وشبكة الإنترنت.

إن هناك تشابه بين القوانين العربية سواء كان من حيث المواد أو الأحكام أو الموضوعات أو المصطلحات وغيرها، وهذا ليس مستغرب، لأن أصل هذه القوانين التي استقت منها أحكامها واحد، وهذا الأصل هو قانون الأونسترال النموذجي للتجارة الإلكترونية لعام 1996 .[116]

[116] مراجعة نقدية لمشروعي قانوني المبادلات و التجارة الالكترونية و تنظيم التوقيعات الالكترونية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني، مارس 2009، ص 42.

المطلب الرابع: الصيرفة الالكترونية

يساهم تبني الصيرفة الالكترونية في إنجاح التجارة الإلكترونية، حيث أنها تلعب دور الوسيط بين البائعين والمشترين لتسهيل و تنفيذ العمليات الإلكترونية والوفاء بالالتزامات الناشئة عن التعاقدات الإلكترونية. فالمصارف هي جهات موثوق بها في التعاملات المالية مما يزيد من ثقة المتعاملين، وبالتالي زيادة حجم المعاملات المصرفية وعوائد المصارف.

و تقدم تقنية الإنترنت مجالا واسعا وواعدا لقطاع الخدمات التمويلية والمصرفية، حيث لعبت هذه التقنية دورا جوهريا في البلدان المتقدمة في تنفيذ المعاملات التجارية الالكترونية، إلا أن الدول النامية يقتضي لها التعامل مع مستجدات العمل المصرفي الالكتروني بكل فعالية و كفاءة و انفتاح خاصة و أن انتشار الإنترنت وما تتيحه من فرص وإمكانيات غير مسبوقة، يفتح المجال أمامها لمواكبة هذه الثورة المعلوماتية والاستفادة من الفرص المتاحة في تطوير خدماتها المصرفية وتعزيز قدراتها التنافسية وفتح قنوات جديدة للعبور إلى الأسواق الإقليمية والعالمية.

وقد أصبح توظيف تكنولوجيا الإنترنت في الخدمات المصرفية ضرورة ملحة ينبغي على كافة الدول النامية العمل على إعداد وتطوير الاستراتيجيات الملائمة التي تمكنها من تطبيقها والتأقلم مع المتغيرات المصرفية العالمية والاستفادة منها بما يحقق مصالحها.[117]

غير أن تفاعل القطاع المصرفي يستلزم تفاعل و تطوير البيئة التي يتحرك في إطارها هذا القطاع مثل البنية القانونية، الإدارية، الإجرائية، الإعلامية و الثقافية، إضافة إلى ما يحتاجه هذا التطور في القطاع المصرفي من تأهيل البنية البشرية و تدريبها على المنتجات و الخدمات الالكترونية الجديدة.

و عليه فإن البنية اللازمة لتفعيل العمليات المصرفية الالكترونية تتطلب ما يلي:[118]

- إنشاء شبكة اتصال الكترونية واسعة، تضم كل الجهات ذات الصلة، و ترتبط بشبكة الانترنيت

---

[117] عابد بن عابد العبدلي، التجارة الالكترونية في الدول (الإسلامية (الواقع – التحديات – الآمال)، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى، مكة **المكرمة**، ص 53.

[118] نادر عبد العزيز شافي، المصارف و النقود الالكترونية، لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب، 2007، ص 138.

العالمية، ضمن القواعد و الشروط التي تؤمن السرية و السلامة و الحماية من أعمال القرصنة الالكترونية؛

- تحضير الدراسات التقنية و القانونية و الإدارية و المالية لكل ما يتعلق بعمل الخدمات المصرفية و أبعادها و آثارها و مخاطرها و كيفية حمايتها؛
- وضع خطة تدريجية للانخراط في سياسة تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية وفقا لأولويات تحددها السلطات المختصة في البنك المركزي على مستوى الدولة؛
- وضع خطة تنفيذية لكافة أطراف المجتمع للتفاعل مع هذه الخدمات المصرفية الالكترونية الجديدة للوثوق بها و فهمها و معرفة كيفية تشغيلها و كيفية التعامل معها؛
- الاستفادة من خبرات المصارف الكبرى في الدول المتقدمة التي تمارس هذه الخدمات و تقدم هذه المنتجات بشكل واسع، لمعرفة تفاصيلها على كافة المستويات المصرفية، التقنية، الإدارية، القانونية و غيرها؛
- إنشاء هيكل إداري يتولى التنسيق بين كافة الأطراف في القطاعين العام و الخاص، كما يتولى مراقبة عمل المصارف و نتائج تقديم الخدمات المصرفية و الالكترونية لتطويرها و سد الثغرات التي تشوبها و توسيع دائرة انتشارها؛
- تثقيف المستهلك بشكل مستمر عن الخدمات المصرفية الجديدة و عن إجراءات حل الأخطاء المتعلقة بها، مما يساهم في حماية المستهلك و احترام خصوصية المعلومات. و لهذا تلجأ أغلبية المصارف إلى نشر المعلومات التثقيفية عبر موقعها الالكتروني أو عبر النشرات الدورية التي تصدرها.

خلاصة الفصل الثاني:

مع حلول الألفية الثالثة لم يعد هناك شك في أن التوقعات التي كانت تشير إلى انتشار الاقتصاد المعلوماتي قد أصبحت حقيقة واضحة وأمراً واقعاً يعيشه العالم الآن بل أن هذا الواقع لم يعد يمارسه العالم المتقدم فقط بل امتدت أثاره وفرض وجوده ليمتد إلى باقي دول العالم النامية والتي تحاول أن تلحق بالركب وتثبت وجودها على خريطة العالم الاقتصادية. و لكن يتضح أن الدول النامية تنقصها الآليات التي يمكن من خلالها أن تعدل من تركيبتها الاقتصادية والاجتماعية لتحويلها إلى بيئة دولية جديدة تحكمها تطورات التجارة الإلكترونية .

حيث من خلال دراستنا لتجارب دولية في مجال التجارة الالكترونية توصلنا إلى أن إستراتيجية الدول و أولوياتهما مختلفة و ذلك حسب البيئة التي تنشأ فيها التجارة الالكترونية و بالتالي يمكننا القول أن متطلبات التجارة الالكترونية في الدول تبقى نفسها إلا أن أولويات الإستراتجية تختلف بين الدول المتقدمة و الدول النامية و هذا الاختلاف في الأولويات يرجع بالدرجة الأولى إلى الفجوة الرقمية الموجودة بين الدول.

إن دراسة تجارب دولية مختلفة ساعدنا على فهم أكثر لظاهرة التجارة الالكترونية، تحديد أولويات الإستراتيجيات المتبعة من قبل الدول، إبراز النتائج المحققة و كذلك التحديات التي تقف أمامها، و بالتالي دراسة التجارب الدولية تمكننا من رسم خطة عمل تناسب بيئة الدولة التي تريد انتهاج مشروع التجارة الالكترونية.

و بالتالي انتشار التجارة الإلكترونية ونموها وازدهارها خاصة في الدول النامية يتطلب توافر عدد من المتطلبات الضرورية، يمكن اختصارها فيما يلي:

– البنية التحتية الرقمية: من شبكات الاتصالات والمعلومات وتطبيقاتها، يسهل النفاذ إليها بتكلفة معقولة وتستفيد من إمكانات تكنولوجيا النطاق العريض في الانترنت فائق السرعة؛

– تحقيق النفاذ الشامل لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات؛

– توعية المجتمع بفوائدها، طريقة التعامل بها، تقنياتها والمشاكل القانونية و التنظيمية الخاصة بها؛

- تنمية الموارد البشرية؛
- تطوير القطاع المصرفي و خاصة وسائل الدفع الالكترونية؛
- إنشاء أطر قانونية وتنظيمية وسياسية ملائمة وشفافة على الأصعدة العالمية والإقليمية والوطنية؛
- وجود قطاع صناعي فاعل في مجال صناعة الحاسبات و التكنولوجيات الحديثة؛
- ضرورة إتباع سياسات اقتصادية يكون من شأنها إتاحة الفرصة للقطاع الخاص، ليقوم بالدور الفاعل في نمو التجارة الإلكترونية.

الفصل الثالث

تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر و آفاقها

تمهيد:

تمر المجتمعات في هذا العصر بتغيرات كبيرة و ذلك نتيجة لظهور ما يسمى بالثورة المعلوماتية أو الانفجار المعلوماتي، و قد شمل تأثير هذا الانفجار المعلوماتي مختلف الجوانب الاقتصادية ، الاجتماعية و السياسية في المجتمعات الحديثة بدءا بالأفراد و مرورا بالمؤسسات و الإدارات و وصلت إلى مستوى الحكومات. و نتيجة لذلك فقد تغير نمط معيشة الإنسان، و تغيرت طبيعة الأعمال التي يقوم بها و كيفية القيام بها، بل تغير نمط و أسلوب تفكير الإنسان في المجتمع الحديث.

هذا الحجم الهائل من التغيرات التي تمر بها المجتمعات مرده الأساسي هو التطور الكبير و السريع في تقنيات المعلومات، و يقصد بتقنيات المعلومات ذلك المزيج من التقنيات الالكترونية الدقيقة و تقنيات الحاسب و تقنيات الاتصالات و تقنيات حفظ المعلومات التي شهدت جميعها تطورا كبيرا و سريعا في السنوات الثلاثين الأخيرة من هذا القرن. و نتيجة لذلك تحولت المجتمعات في هذا العصر إلى مجتمعات آلية يعتمد فيه اقتصادها و رفاهية شعوبها اعتمادا كبيرا على تقنيات المعلومات.

وقد شهدت السنوات الأخيرة في معظم الدول العربية عمليات جادة لإطلاق إصلاحات اقتصادية وسياسية واجتماعية لبناء مجتمع المعلومات والاقتصاد المبنى على المعرفة بما فيها الجزائر، حيث اهتمت هذه الأخيرة منذ بضعة سنوات بتوفير متطلبات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات من خلال مجموعة من الإجراءات التي اتخذتها و التي تمس قطاعات مختلفة.

و من خلال دراستنا للفصل السابق استطعنا تحديد المتطلبات الأساسية التي تقوم عليها التجارة الالكترونية و لذلك من خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى واقع التجارة الالكترونية في الجزائر و عرض البيئة العامة لها و ذلك بالوقوف على واقع البنية التحتية التي تتطلبها التجارة الالكترونية ، و محاولة تحديد نقاط القوة و الضعف على جميع المستويات واستخلاص القصور الذي ينبغي التركيز

عليه و هذا سيساعدنا على تحديد المتطلبات العامة اللازمة لتفعيلها و تدارك الفجوة الرقمية الناتجة عن التطورات المتسارعة الذي يشهدها عالم الغد المبني على المعرفة و التكنولوجيا و الابتكار و أخيرا اقتراح الآفاق. و منه سنعالج هذا الفصل كما يلي:

المبحث الأول: التجارة الالكترونية في الجزائر، واقعها و بنيتها التحتية

المبحث الثاني: تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر

المبحث الثالث: آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر

المبحث الأول: التجارة الالكترونية في الجزائر، واقعها و بنيتها التحتية

تلعب التجارة الالكترونية في العالم دورا متناميا في إحداث التحولات و التغيرات في التجارة الدولية، حيث تسارع في عملية التنمية الاقتصادية، كما أنها تأثر على اتجاهات الأسواق في ظل الانفتاح الاقتصادي و التجاري الذي تشهده ضمن متطلبات منظمة التجارة العالمية و الاتفاقيات التجارية الإقليمية و الثنائية بين دولة و أخرى، و بالتالي لا بد على الجزائر أن تعمل من أجل الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة من خلال إتباع إستراتيجية السوق المفتوحة و تعزيز قدرتها التنافسية، فالجزائر بحاجة إلى أن تدخل منتجاتها الأسواق العالمية، و لذلك فإن تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر سوف يمكنها من الدخول إلى الأسواق العالمية و الاستفادة من الفرص الاستثمارية المتاحة، فالتجارة الالكترونية سوف تعمل على استمرارية المؤسسات الاقتصادية و الصناعية الجزائرية و تمنع من تهميشها من خلال تواجدها في الأسواق العالمية، كما أنها ستعمل على تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

و نظرا لقلة الدراسات حول موضوع التجارة الالكترونية في الجزائر، تأتي هذه الدراسة لتلقي الضوء على البيئة العامة و البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر، و سيتم التركيز على دراسة مدى توفر و فاعلية المتطلبات الأساسية لبناء و نجاح التجارة الالكترونية في الجزائر، و مقارنتها مع دول أخرى.

المطلب الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

أصبحت الجزائر على وعي بضرورة إدخال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في جميع المجالات بما فيها الأعمال التجارية، و لكن يعرف هذا المجال بطئ و تأخر ملحوظ راجع لأسباب مختلفة سنوضحها من خلال التطرق إلى البيئة التي تنشأ فيها التجارة الالكترونية في الجزائر. و بالتالي فإن الجزائر من الدول العربية التي لازلت تجربتها في مجال التجارة الالكترونية متعثرة بالرغم من الحاجة الماسة لاقتصادنا إلى هذا النوع من التجارة و ذلك نظرا للمزايا التي سينالها من خلال اعتماده التجارة الإلكترونية و المتمثلة في:

– فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة تلك التي تشكو من مشكلة صعوبة دخولها إلى أسواق عالمية لصغر حجمها و انخفاض مواردها،

– الاستفادة من الخدمات و السلع الأجنبية التكنولوجية المتطورة و بالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه و إعطائه قدرة تنافسية أكبر؛

– تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن منتجات جزائرية تجد طلبها في السوق العالمي، لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم؛

– تطوير العمل المصرفي الجزائري مما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة بطرق الدفع الإلكتروني؛

– سهولة إيصال المعلومة للمستهلك والوصول إليه، سواء على المستوى العالمي أو المحلي؛

– إعطاء نفس جديد للتجارة الجزائرية خاصة و نحن مقبلون على الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة .

فحسب موقع " MED-IT "، يوجد القليل من مواقع حقيقية للتجارة الالكترونية التي تسمح بالقيام بمبادلات تجارية على شبكة الانترنيت و باستعمال وسائل دفع إلكترونية، و لكن يوجد بعض المحاولات في هذا الشأن و التي من خلالها بدأت تظهر بعض ملامح التجارة الالكترونية و ذلك بإنشاء مواقع تحتوي على كاتالوجات للسلع، نماذج للطلبيات و الحجز، و لكن الدفع يتم في أغلب الحالات نقدا عند الاستلام.

و من بين المواقع الناشطة في الجزائر نجد:

- موقع مؤسسة TCA (Touring Club d'Algérie) و الذي من خلال موقعه نستطيع الحجز مباشرة على الانترنيت.
- موقع www.ouedkniss.com : يعتبر من بين المواقع الناجحة في الجزائر و الذي تلقى تجاوب مع الشعب الجزائري، حيث وصل عدد الزائرين في شهر جويلية 2009 إلى 30000 زائر يوميا[119]، و يسجل ما بين 500 و 700 إعلان جديد كل يوم و من بينها الإعلانات الخاصة بالعقارات و التي تحتل المرتبة الأولى (31%)، تليها الإعلانات الخاصة بوسائل النقل (21%)، ثم الإعلام الآلي (12%)، الملابس (3%)، و إعلانات التوظيف (2%).[120]
- موقع www.airalgerie.dz للخطوط الجوية الجزائرية: حيث عملت هذه الأخيرة على تطوير نظامها الإعلامي و التنظيمي و ذلك من خلال إنشاء موقعها على شبكة الانترنيت و الذي يسمح الحجز مباشرة على الشبكة، و كذلك في جوان 2008 عممت استعمال التذاكر الالكترونية، كما يمكن شراء التذاكر عن طريق بطاقات الدفع الالكترونية لبعض البنوك مثل AGB بنك.
- موقع www.djelfa.info : يهتم هذا الموقع بنشر الأمور العلمية و البحوث و الدراسات المختلفة، و لقد تلقى هذا الموقع أكثر من 20000 زيارة يوميا، كما حضي الموقع بعقود إشهار لعدة مؤسسات مثل موبيليس و نجمة و غيرها من المؤسسات الاقتصادية.[121]

---

[119] عجيلة محمد، غزيل محمد مولود، ملامح التجارة الالكترونية في الجزائر، مشاكلها و حلولها المقترحة، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر –عرض تجارب دولية– المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011.

[120] عروب عتيقة، فنيش خديجة، " Etats des lieux du e–commerce en Algérie et perspectives"، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر –عرض تجارب دولية– المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011.

[121] عجيلة محمد، غزيل محمد مولود، مرجع سابق.

ولكن بمقارنة حجم التجارة الالكترونية في الجزائر و الدول المتقدمة وحتى الدول العربية، فإنه يمكن القول أن التجارة الالكترونية في الجزائر لم تنشأ بعد و هي معدومة و ذلك بالنظر إلى حجم التجارة الالكترونية المسجلة في الدول الأخرى.

وبالتالي لا بد أن نوضح أسباب التأخر المسجل في هذا المجال و عرض البيئة العامة التي تنشأ فيها التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال التطرق إلى واقع المتطلبات التي تقوم عليها من بنية تحتية رقمية، بنية تحتية تشريعية و تنظيمية، بنية تحتية مصرفية، و حتما من خلال هذا العرض سنستطيع تحديد نقاط الضعف و العوائق التي تقف أما تطور التجارة الالكترونية في الجزائر على كل المستويات. وهذا ما سوف نعالجه في المطلب الموالي.

المطلب الثاني: البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر

يقصد بالبنية التحتية للتجارة الالكترونية جميع الأسس و المتطلبات اللازمة لتأسيس و تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر بما في ذلك البنية التحتية للاتصالات و المعلومات في الجزائر، المسائل القانونية، وسائل الدفع الالكترونية، الموارد البشرية، إضافة إلى دور الحكومة (مشروع الحكومة الالكترونية). و لذلك سنتناول في هذا المطلب النقاط التالية:

الفرع الأول : البنية التحتية الرقمية

الفرع الثاني : البنية التحتية التنظيمية (الحكومة الالكترونية)

الفرع الثالث: البنية التحتية المصرفية

الفرع الرابع: البنية التحتية التشريعية

الفرع الخامس: البينة التحتية البشرية

الفرع الأول: البنية التحتية الرقمية في الجزائر

تعمل الجزائر في السنوات الأخيرة على توفير مؤهلات تسمح لها بالانسياق ضمن الديناميكية العالمية لبناء مجتمع المعلومات، و اتخاذ بعض الإجراءات التنظيمية و ذلك من خلال التوجه الاستراتيجي الذي تم الإعلان عنه ابتداءا من سنة 2000.

فقامت الجزائر بمجموعة من الإجراءات و التدابير بهدف الانتقال إلى مجتمع المعلومات و للتمكن من مختلف المفاهيم الناجمة عنه و التي تعتمد على المعلومة كمادة أولية و التكنولوجيات الحديثة للمعلومات و الاتصال كوسيلة للاستغلال الأمثل لهذه الأخيرة. و من خلال هذه الدراسة سنحاول تقديم نظرة عامة حول وضعية قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر من خلال عرض للموارد التي تتوفر عليها البلاد في هذا المجال.[122]

أولا – الشبكة العامة للاتصالات

تغطي شبكة الاتصالات في الجزائر مجمل التراب الوطني بفضل شبكة من 35000 كلم من خطوط من الألياف البصرية و ذلك في نهاية جويلية 2008 [123] بعدما كانت 7000 كلم فقط في سنة 2000 و 42500 كلم من الخطوط الهرتيزية في نهاية جويلية 2006 مقابل 22000 كلم في سنة 2000، 50 محطة أرضية و 100 نظام ريفي. بالإضافة إلى ذلك تملك الجزائر شبكة لإرسال المعطيات بالجملة (DZPAC) التي بدأ استغلالها منذ سنة 1992 و وصلت إلى 4500 ربط في سنة 2000. تملك وزارة الإعلام و الاتصال لاحتياجاتها الخاصة شبكة أخرى لإرسال المعطيات بالجملة (MEGAPAC)، بالإضافة إلى الشبكة المؤسساتية الخاصة بالصكوك البريدية[124].

و زيادة على الأوعية الوطنية، تملك الجزائر أوعية دولية مشتركة، كخطوط الألياف البصرية مع المغرب، ليبيا و تونس و الخطوط البحرية مع فرنسا، أسبانيا و ايطاليا.

فيما يخص الهاتف الثابت و النقال في الجزائر، و حسب الإحصائيات الأخيرة لسلطة الضبط للمواصلات السلكية و اللاسلكية يمكن تلخيص وضعيتها فيما يلي:

---

[122] خلادي عبد القادر ، كويسي سليمة، تكنولوجيات المعلومات و الاتصال في الجزائر: وضعية و آفاق، اجتماع الخبراء الإقليمي حول معيقات النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الدول العربية، المطلع عليه في 25 جويلية 2010 على الساعة 05:46 http://www.postelecom.dz/psympoara.htm

[123] Abderrezak Henni, Le développement des TIC en Algérie, *TUNIS le 28 & 29 Mai 2008,* consulté le 28-02-2011 à 18 :29 www.docpdf.org/other/abderrazak-ppt-page1.html

[124] B.Mokhtaria**,** Le secteur de la Poste et des Technologies de l'information et de la communication : Des progrès à confirmer**,** Le Quotidien d'Oran, mardi 24 octobre 2006, p 04.

1 – الهاتف الثابت :

عرف هذا القطاع تطورا في السنوات الأخيرة مع دخول السوق الجزائرية عدة متعاملين فيما يخص الهاتف الثابت بالإضافة إلى مؤسسة اتصالات الجزائر، و يتمثل هؤلاء المتعاملين في:

- ASSILA: (Assila Box)[125]: هذا المتعامل تابع إلى شركة EEPAD
- N9UF: ما يميز هذا المتعامل الجديد أنه يقدم مكالمات هاتفية مجانية و غير محدودة بين مشتركين N9UF بفرنسا و مشتركين Assila Box بالجزائر.
- WLL (Wlreless Local LOOP)[126]

و فيما يخص الإحصائيات المتعلقة بالكثافة الهاتفية بالجزائر فقد انتقل عدد المشتركين في الهاتف الثابت من 1.600.000 في سنة 2000 إلى 3.000.000 مشترك في سنة 2004، ثم إلى 3.059.336 مشترك في 2011.

جدول رقم 24: تطور عدد المشتركين في الهاتف الثابت بين سنة 2000 و 2011 في الجزائر

	2000	2004	2008	2009	2010	2011
عدد المشتركين في الهاتف الثابت	1.600.000	3.000.000	3 .074.728	2.576.165	2.922.731	3.059.336

المرجع: سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، المطلع عليه في 13 جانفي 2013 على الساعة 22:00 ، http://www.arpt.dz/ar/obs/etude/?c=fixe

بصفة عامة نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 أن كثافة الشبكة الهاتفية تظل جد ضعيفة، حيث أن عدد خطوط الهاتف بالنسبة لكل 100 مواطن لا تفوق 8 خطوط، بينما وصلت في البلدان

[125] www.eepad.dz, consulté le 23-04-2009 à 06 :51

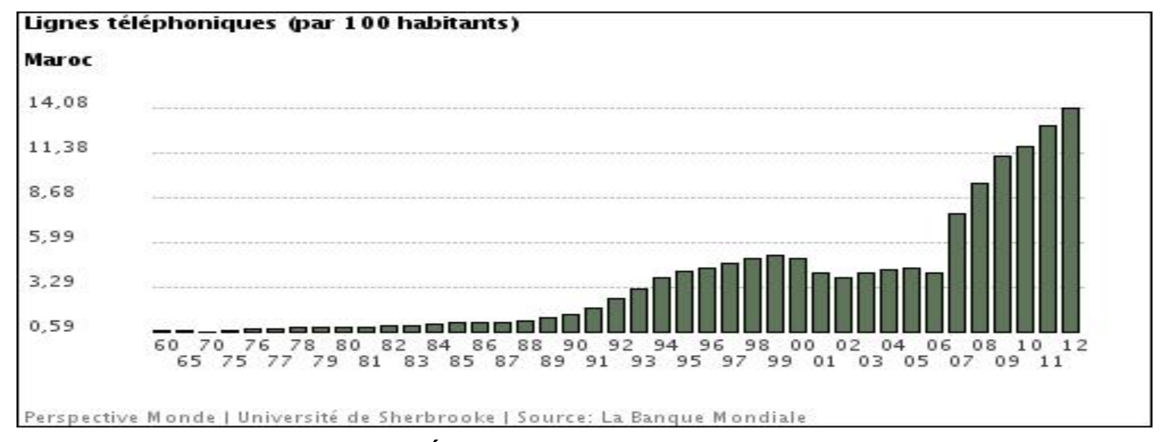
[126] .www.algerietelecom.dz, consulté le 23-04-2009 à 07 :41

المتقدمة إلى 90 خطا لكل 100 مواطن[127]، كما أن العديد من المدن الجزائرية ما زالت تستعمل خطوط تناظرية "lignes analogiques".

و إذا قمنا بمقارنة كثافة الشبكة الهاتفية في الجزائر مع المغرب نلاحظ أن هذا الأخير يشهد ارتفاع كل سنة، و وصلت الكثافة الهاتفية إلى 14.08 خط هاتفي ثابت لكل 100 ساكن مقابل 8,3 خط هاتفي ثابت في الجزائر، بحيث الكثافة الهاتفية في المغرب تعادل ضعف الكثافة الهاتفية في الجزائر، و لقد عرفت كثافة الهاتف الثابت في الجزائر انخفاض بالتوازي مع ارتفاع كثافة الهاتف المحمول، حيث أن الكثير من العائلات الجزائرية قامت بحذف الخط الهاتفي الثابت عند حيازتها على الهاتف المحمول.[128]



الشكل رقم 06: تطور عدد خطوط الهاتف الثابت لكل 100 ساكن في المغرب حتى سنة 2012



Source : Perspective monde, École de politique appliquée, Lignes téléphoniques (par 100 habitants) en Algérie, consulté le 6 janvier 2013 à 15 :38
http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&code

---

[127] تكنولوجيا المعلومات في الجزائر، تكنولوجيا المعلومات في الجزائر، شبكة الصحافة العربية، المطلع عليها في 28 أكتوبر 2008 على الساعة 07:04
http://www.akhbar- libya.com/index.php?option=com_content&task=view&id=12418&Itemid=98

[128] Perspective monde, École de politique appliquée, Lignes téléphoniques (par 100 habitants) en Algérie, consulté le 6 janvier 2013 à 15 :38
http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&code

و يمكن تفسير ضعف الكثافة الهاتفية في الجزائر إلى ارتفاع تكلفة فاتورة الهاتف الثابت مقارنة بمتوسط الدخل الشهري للجزائريين، خاصة إذا تعلق الأمر بالمكالمات نحو الخارج أو نحو الهاتف المحمول أما بالنسبة لسعر المكالمات الداخلية يمكن القول أنها أسعار مقبولة نسبيا (أنظر الجدول رقم 25 و 26 الذي يوضح تسعيرة المكالمات الهاتفية في داخل و خارج الجزائر). وهذا الارتفاع في تكلفة فاتورة الهاتف الثابت راجع لاحتكار الحكومة على تقديم هذه الخدمة و غياب المنافسة.

جدول رقم 25: تسعير المكالمات الهاتفية الوطنية الثابتة

الاتجاهات	سعر الدقيقة الواحدة من 00 سا00 إلى23 سا59	تاريخ الدخول حيز التنفيذ
الثابت (محلي ووطني)	3 دج/دون احتساب الرسم	1نوفمبر 2009
النقال	8 دج/ دون احتساب الرسم	

المرجع: بوابة المواطن، شبكة الهاتف الثابت، المطلع عليه في 01-03-20112 على الساعة 05:32 http://www.elmouwatin.dz/ar/spip.php?article1055

جدول رقم 26: تسعير المكالمات الهاتفية الثابتة الدولية

الإتجاهات	**نحو شبكة الهاتف الثابت**	**نحو شبكة الهاتف النقال**
أوروبا	12دج بمعدل 2 دج لكل 10 ثا	26دج بمعدل 2 دج لكل 4.6ثا
المغرب والبلدان العربية	20دج بمعدل 2 دج لكل 6 ثا	34دج بمعدل 2 دج لكل 3.5 ثا
أمريكا الشمالية الولايات المتحدة –كندا	21دج بمعدل 2 دج لكل 5.7 ثا	21دج بمعدل 2 دج لكل 5.7 ثا
أمريكا الجنوبية إفريقيا –أسيا–اوقيانوسيا	34دج بمعدل 2 دج لكل 3.5 ثا	34دج بمعدل 2 دج لكل 3.5 ثا
البلدان الأخرى كوبا–ساوتومي–برنسيبي–غينيا–بيساو–اسنسيون–الصومال–كوريا الشمالية	55دج بمعدل 2 دج لكل 2.2 ثا	55دج بمعدل 2 دج لكل 2.2 ثا

(أسعار الدقيقة الواحدة بـ دج/دون احتساب الرسم):

المرجع: بوابة المواطن، شبكة الهاتف الثابت، المطلع عليه في 01-03-20112 على الساعة 05:32 http://www.elmouwatin.dz/ar/spip.php?article1055

أما فيما يخص نسبة توزيع المشتركين في الهاتف الثابت على مستوى التراب الوطني نلاحظ أنها تبقى ضعيفة لا تتجاوز 37% في المناطق الوسطى الشمالية و كلما اتجهنا شرقا أو غربا فإن نسبة المشاركة تنقسم إلى اثنين أي لا تتجاوز 16 % و كلما اتجهنا نحو الجنوب الشرقي أو الغربي فإن نسبة المشاركة في الهاتف الثابت تتقلص و لا تتجاوز ربع نسبة المشاركة في المناطق الشمالية الوسطى.

جدول رقم 27: توزيع عدد المشتركين في الهاتف الثابت على مستوى التراب الوطني

	شمال وسط	الشمال الشرقي	الشمال الغربي	السهول العليا الوسطى	السهول العليا الشرقية	السهول العليا الغربية	الجنوب الغربي	الجنوب الشرقي
نسبة السكان	32 %	15%	16,5 %	7 %	14,5 %	5 %	4 %	6 %
المشتركين في الهاتف الثابت	36 %	15 %	15 %	3 %	7 %	4 %	3 %	5 %

source : Ahmed Hadjar, Sid Ahmed Melilani, Le Marché des NTIC en Algérie, Potentiels et Perspectives, Afac Developement, consulté le 15-04-2012 à 21 :12, http://www.afac-d.org/NTIC_ pdf

ويظل مستوى الهاتف الثابت رغم الجهود المبذولة من قبل اتصالات الجزائر متواضعا وبعيدا عن القدرات المتاحة، و ذلك نظرا لاحتكارها السوق الجزائرية و عدم فتحه للمنافسة، مع الإشارة إلى أن النسبة الأكبر للمشتركين في الثابت تبقى الهيئات والمؤسسات.

2- الهاتف المحمول:

يوجد في السوق الجزائري ثلاث متعاملين في الهاتف المحمول:

- جازي OTA DJEZZY :
- الوطنية WTA Nedjma
- ATM Mobilis

و بصفة عامة انتقل عدد المشتركين في الهاتف الجوال من 54000 في سنة 2000 إلى 4.882.000 مشترك في سنة 2003، ثم إلى 27.031.472 في سنة 2008، و وصل إلى 35.615.926 مشترك في سنة 2011.[129]

فبالرغم من الارتفاع النسبي لسعر المكالمات للهاتف النقال و كذا ارتفاع أسعار الهواتف النقالة ، إلا أن تطور و نمو استعمال هذه الأخيرة عرف انتشارا و نموا محسوسا في السنوات الأخيرة و ذلك راجع إلى المزايا التي يستفيد منها كل مستعمل للهاتف النقال، و عدم القدرة عن التخلي عنه.

جدول رقم 28: عدد المشتركين في الهاتف المحمول و كثافته بين سنة 2000 و 2011 في الجزائر

المؤشرات	2000	2008	2009	2010	2011
عدد المشتركين في الهاتف المحمول	54.000	27.031.472	32.729.824	32.780.165	35.615.926
كثافة الهاتف النقال %	0.26	81	94	95	104

المرجع: سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، المطلع عليه في 13 جانفي 2013 على الساعة 22:00 ، http://www.arpt.dz/ar/obs/etude/?c=fixe

ثانيا– شبكة الانترنيت

الواقع أن استعمال شبكة الإنترنت في الجزائر بدأ في نهاية الثمانينات عن طريق الجامعات، وبعد خمسة سنوات من هذه البداية المحدودة صدر المرسوم الوزاري 256 لعام 1998 الذي أنهى احتكار الخدمة من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم خدمات الإنترنت.

و يعرف سوق الانترنيت الجزائري حاليا عدة عملاء و لكن هناك شركتين عرفتا أكبر عرض و طلب للانترنيت و هما:

[129] سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، المطلع عليه في 13 جانفي 2013 على الساعة 22:00 http://www.arpt.dz/ar/obs/etude/?c=fixe

1- اتصالات الجزائر: و هي شركة أسهم ذات رأسمال عمومي، تم تأسيسها حسب القانون 03/2000 بـ 05 أوت 2000، المتعلقة بإعادة هيكلة قطاع البريد و المواصلات و الذي يفرق بين الوظائف المتعلقة بالبريد و تلك المتعلقة بالاتصالات، و شرع في تطبيقها في 01 جانفي 2003.

و تضم شركة اتصالات الجزائر مجموعة فروع، و تقدم خدمات مختلفة نذكر منها : FAWRI،EASY ADSL، ANIS.[130]

2 - شركة EEPAD : تأسست سنة 1991 ، انطلقت سنة 2003 في خدمة الاتصال بالشبكة "ADSL"، الخدمات عالية السرعة لشركة EEPAD تغطي 35 % من التراب الوطني و 50 % من الخطوط RTC (Réseau Téléphonique Commuté).[131]

3 - عرض الجيل الجديد ADSL :[132]

- Athir: وهي شركة مختلطة، تضم شركة كندية Galaxia Télécom و اتصالات الجزائر تقدم هذه الشركة خدمة الانترنيت بدون استعمال الكابلات حيث تعتمد على تكنولوجيا WIMAX.
- مفتاح Mobi Connect: بدأت نشاطها في 24 جانفي 2008 ، هذا العرض الجديد للانترنيت موجه للمؤسسات و الأفراد و ذلك على شكل مفتاح USB يستعمل على جهاز كمبيوتر ثابت أو نقال.
- مفتاح NEDJMA N' TERNET: تقدم هذه الخدمة شركة NEDJMA و ذلك ابتداء من سبتمبر 2007 ، الخدمة تدعى N' TERNET.

فيما يخص مزودي خدمة الانترنيت فقد انتقل عددهم من 1 في سنة 2000 إلى 71 موزع حتى سنة 2007 ، غير أنه يجب الإشارة إلى أن عدد الموزعين الذين ينشطون فعليا لا يتجاوز 23 سنة

---

[130] اتصالات الجزائر، مطلع عليه في 26-09-2010 على الساعة 06:04،

http://www.algerietelecom.dz/AR/?p=chiffres

[131] www.eepad.dz, consulté le 23-04-2009 à 06 :51

[132] Algérie Telecom, consulté le 15-09-2012 à 05 :41,

http://algerie-telecom.blogspot.com/2012/01/algerie-telecom-prix-de-linternet-athir.html

2011، وهذا راجع للمشاكل الكبيرة التي يواجهونها و لا تنفصل عن المشاكل الموجودة في مناحي الحياة، هذا ما أثر بالسلب على تطور هذه الخدمة ومحدودية مواقع الانترنيت في الجزائر[133].

أما فيما يخص مواقع الويب فقد انتقلت من 20 موقع في سنة 2000 إلى 20.000 في 2007 و وصل إلى 76.000 في نهاية 2011.[134]

و عن عدد مقاهي الانترنيت فانتقل الرقم من حوالي 100 في سنة 2000 إلى4.800 في فيفري 2004 و وصل إلى 6.200 في نهاية 2007، ثم انخفض ليصل إلى 5.000 سنة 2011، حيث نلاحظ ارتفاع ضعيف لعدد المقاهي بين سنة 2004 و سنة 2007 مقارنة بالزيادة بين سنة 2000 و 2004 ثم انخفاض محسوس في السنوات الأخيرة و ذلك بسبب دخول الانترنيت للمنازل و الشركات و المؤسسات التعليمية.[135]

جدول رقم 29: تطور مؤشرات الانترنيت في الجزائر بين سنة 2000 و 2011

المؤشرات	سنة 2000	سنة 2007	سنة 2011
عدد مقدمي الانترنيت	1	71	23
عدد مواقع الواب	20	20000	76000
عدد مقاهي الانترنيت	100	6200	5000

source : Ahmed Hadjar, Sid Ahmed Melilani, Le Marché des NTIC en Algérie, Potentiels et Perspectives, Afac Developement, consulté le 15-04-2012 à 21 :12, http://www.afac-d.org/NTIC_ pdf

[133] Vingt-trois fournisseurs d’accès à Internet actifs en Algérie, Edition Française, No 159, 2 juin 2011, consulté le 23-05-2012 à 21 :12 HTTP://WWW.BALANCINGACT-FRICA.COM/NEWS/FR/EDITION-FRAN-AISE-2/159/ACTUALIT-S-INTERNET/VINGT-TROIS-FOURNISS/FR

[134] YASMINE BOUCHÈNE, Combien de sites algériens compte le web ? consulté le 26-01-2013 à 21 :17 http://www.jam-mag.com/combien-de-sites-algeriens-compte-le-web/

[135] Ahmed Hadjar, Sid Ahmed Melilani, Le Marché des NTIC en Algérie, Potentiels et Perspectives, Afac Développement, consulté le 15-04-2012 à 21 :12, http://www.afac-d.org/NTIC_ pdf

أما بخصوص عدد مستخدمي الانترنيت، فلقد انتقل من 50,000 سنة 2000 إلى 3,500,000 مستخدم في سنة 2008، و وصل في نهاية 2012 إلى5,230,000 مستخدم[136].

جدول رقم 30: تطور عدد مستعملي الانترنيت بين سنة 2000 و 2012

السنوات	عدد مستعملي الانترنيت	حجم السكان	نسبة مستعملي الانترنيت إلى حجم السكان
2000	50,000	31,795,500	0.2 %
2005	1,920,000	33,033,546	5.8 %
2007	2,460,000	33,506,567	7.3 %
2008	3,500,000	33,769,669	10.4 %
2009	4,100,000	34,178,188	12.0 %
2010	4,700,000	34,586,184	13.6 %
2012	5,230,000	37,367,226	14.0 %

Source : Internet World Stats, World Internet Users and Population Stats, consulté le 20-02- 2013 à 18:32 http://www.internetworldstats.com/stats.htm

من خلال هذه الإحصائيات نلاحظ أنه خلال 12 سنة زاد عدد مستعملي الانترنيت بأكثر من 100 مرة و لكن يبقى هذا العدد ضعيف جدا مقارنة بحجم السكان حيث أنه في سنة 2012، 14 جزائري من 100 مشترك في خدمة الانترنيت بمعنى آخر أن نسبة المشتركين في الانترنيت يعادل 14 % فقط. و بالنسبة لمستخدمي الشبكة فأكثرهم من الشباب الذين لا يستعملون الشبكة لأغراض تكوينية، تعليمية أو بحثية، و لا تستقطب مختلف أفراد المجتمع إلا في المناسبات كفترة ظهور نتائج الامتحانات (بكالوريا – إكمالي...) و للمراسلة والتحادث مع أفراد عائلتهم المهاجرين أو البحث عن معلومات لأبنائهم لانجاز بحوثهم[137].

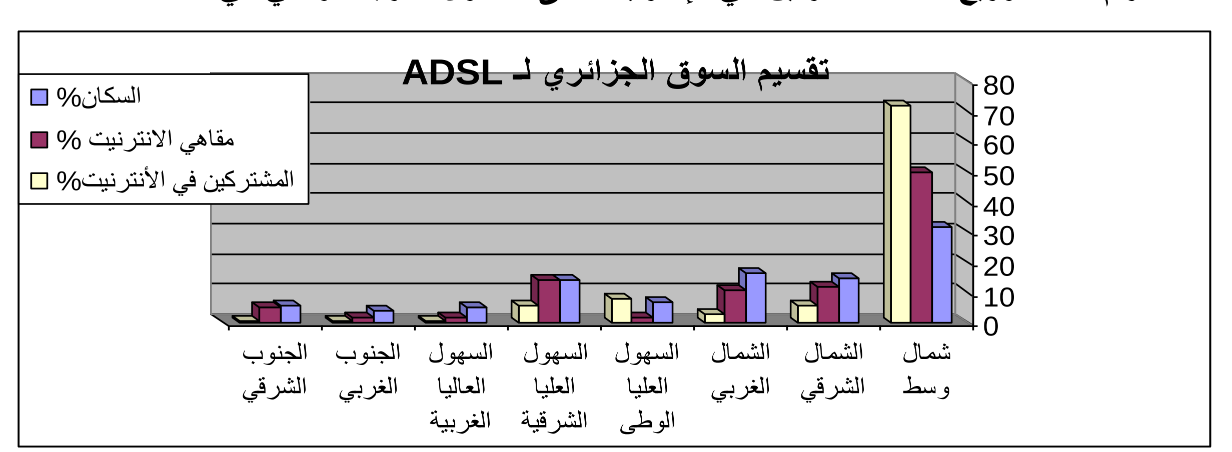
---

[136] Internet World Stats, World Internet Users and Population Stats, consulté le 20-02- 2013 à 18:32 http://www.internetworldstats.com/stats.htm

[137] عبد المالك حداد، الشهاب ، واقع قطاع تكنولوجيات الإعلام والإتصال الحديثة في الجزائر،18:42، 02-03-2011 http://www.chihab.net/index.php

و فيما يخص تغطية خدمة الانترنيت، فإن المناطق غير المجهزة و التي تدعى بالمناطق البيضاء " Zone blanches " تمثل 55 % من التراب الوطني أي ما يعادل 65 % من عدد السكان.

الشكل رقم 07: توزيع عدد المشتركين في الإنترنيت على مستوى التراب الوطني في سنة 2008



Source : Ahmed Hadjar, Sid Ahmed Melilani, Le Marché des NTIC en Algérie, Potentiels et Perspectives, Afac Developement, consulté le 15-04-2012 à 21 :12, http://www.afac-d.org/NTIC_ pdf

و بالرغم من أن الجزائر كانت من البلدان السباقة لإدخال الانترنيت عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية (CERIST) وهذا سنة 1993، إلا أنه ومع مرور سنوات طويلة حققت العديد من الدول تطورات هامة في هذا المجال إلا الجزائر لازالت بعيدة عما تقدمه هذه البلدان ، و ذلك نظرا لاحتكار مؤسسة واحدة هي اتصالات الجزائر العمومية على هذا القطاع و غياب المنافسة ما لم يسمح بتطوير خدمات الانترنيت، حيث كان جدير بالحكومة فتح المجال أمام المنافسة مثلما فعلت البلدان المجاورة والتي سبقتنا بسنوات طويلة في مجال الانترنيت بفضل انفتاحها على المؤسسات العالمية.

وهذه الوضعية هي التي جعلت الجزائر تبقى جد متأخرة في هذا المجال، حيث يشير آخر تقرير صادر عن مكتب " نات أنديكس" الأمريكي، إلى أن الجزائر احتلت المرتبة 176 في مجال سرعة

الانترنت، و تأتي وراء بلدان تبدو في الواقع أكثر فقرا منا، وهذا بناءا على متابعة يومية لكل شبكات الانترنت عبر العالم، وقد تمت متابعة السوق الجزائرية بين 4 جويلية و5 أوت 2012، حيث أن سرعة الانترنت في الجزائر لم تتجاوز 69, 0 ميغابايت في الثانية.[138]

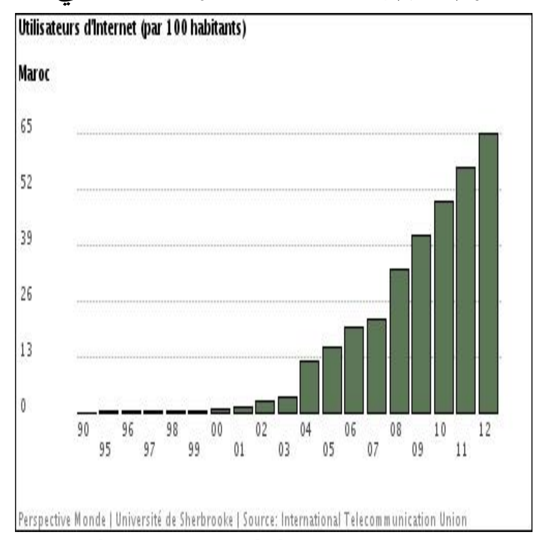
و يظهر ضعف هذا المؤشر في الجزائر إذا قمنا بمقارنته مع دول أخرى، ففي تونس مثلا نسبة المشتركين في الانترنيت سنة 2012 يعادل 46 %، و في المغرب تقارب 65 %. و في تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات بعنوان "قياس مجتمع المعلومات 2011 "، يرتب الدول وفقا لمؤشر التنمية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات (IDI)، فإن تونس تحتل المرتبة الأولى في دول المغرب العربي منذ سنة 2008، و المغرب حقق تطورا ملحوظا و صعد في الترتيب بعشرة مراكز في التصنيف العالمي، هذه القفزة التي حققها المغرب راجع إلى تطوير الإنترنت ذات النطاق العريض (G3). في حين الجزائر تشهد بطيء كبير للانتقال إلى الجيل الثالث G3.[139]

---

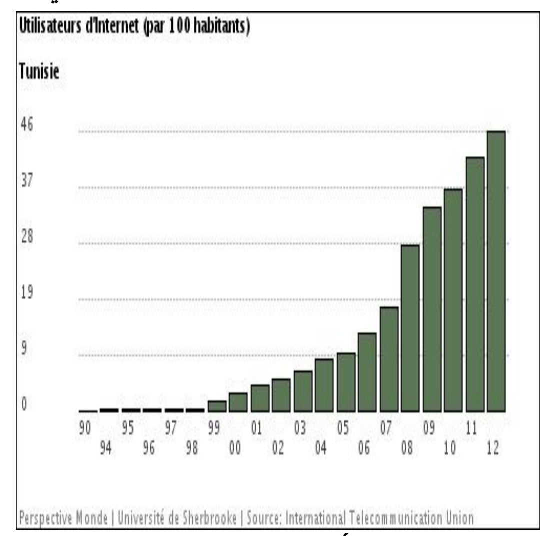
[138] سفيان بوعياد، سليم بن عبد الرحمان، سياسة الحكومة بقيت حبيسة أدراج اتصالات الجزائر، جريدة الخبر، الأربعاء 08 نوفمبر 2012، المطلع عليه في 02-12-2012 على الساعة 10:44
http://www.elkhabar.com/ar/autres/dossiers/298233.html

[139] OUSSAMA NADJIB**,** La 3G a permis au Maroc de creuser l'écart avec l'Algérie, consulté le 07 OCTOBRE 2011 **à** 08:39 http://maghrebemergent.com/high-tech/66-telecom/5577-tic-la-3g-a-permis-au-maroc-de-creuser-lecart-avec-lalgerie.html

الشكل البياني رقم 08: تطور عدد مستعملي الانترنيت بين سنة 2000 و 2010 في المغرب



الشكل البياني رقم 09: تطور عدد مستعملي الانترنيت بين سنة 2000 و 2010 في تونس



Source : Perspective monde, École de politique appliquée, Lignes téléphoniques (par 100 habitants) en Algérie, consulté le 6 mai 2012 à 15 :38
http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays=

و تعتبر أسعار الانترنت في الجزائر الأغلى بين بلدان المغرب حيث بالرغم من التخفيضات التي أقرتها الحكومة، إلا أن الزبون الجزائري يبقى يدفع أغلى سعر مقارنة بما يدفعه نظيره في تونس والمغرب من أجل خدمة أقل، حيث تعرض شركة "اتصالات الجزائر اشتراك انترنت بسرعة واحد ميغا في الثانية بـ 2019 دينار جزائري للشهر، في حين تعرض شركة "اتصالات المغرب" اشتراكا بسرعة 4 ميغا في الثانية بـ 99 درهم مغربي للشهر الواحد أي ما يقارب 900 دينار جزائري فقط، في حين سعر اشتراك 4 ميغا في الثانية في الجزائر محدد بـ 5700 دينار جزائري أي 6 أضعاف السعر المطروح في المغرب.[140]

ويصل أكبر عرض من حيث سرعة الانترنت بالمغرب الى 20 ميغا في الثانية باشتراك شهري بـ 499 درهم أي ما يعادل 4500 دينار جزائري، في حين يصل أكبر عرض في الجزائر الى سرعة 8 ميغا في الثانية فقط باشتراك شهري بـ 10600 دينار في عرض "أنيس بلوس هاوم" وهو سعر

---

[140] سفيان بوعياد، سليم بن عبد الرحمان، سياسة الحكومة بقيت حبيسة أدراج اتصالات الجزائر، جريدة الخبر، الأربعاء 08 أوت 2012، المطلع عليه في 02-10-2012 على الساعة 10:44
http://www.elkhabar.com/ar/autres/dossiers/298233.htm

مرتفع جدا مقارنة بمثيله في المغرب البلد الذي حقق تقدما في خدمة الانترنت من الجيل الثالث ويطرح اشتراكات بأسعار منخفضة في وقت تبقى هذه الخدمة في الجزائر مجرد مشروع. أما في تونس تعرض "اتصالات تونس" اشتراكا شهريا بسرعة الإنترنت واحد ميغا في الثانية، 15 دينارا تونسيا للشهر، أي ما يقارب 750 دينار جزائري. في حين يصل أكبر عرض الى 20 ميغا في الثانية بـ 50 دينار تونسي، أي ما يعادل 2500 دينار جزائري.[141]

أما على مستوى المؤسسات فلا تزال الكثير منها غائبة عن الشبكة، و المتواجدة منها غير واعية أو لم تبلغ مرحلة الوعي، فالكثير من الشركات تملك موقعا افتراضيا عل الشبكة (كما يبينه الجدول رقم 31)، تتمتع بخصائص تجارية مقبولة، إلا أنه يبقى مجرد وسيلة محاولة لم تبلغ إلى مستوى التسويق الحقيقي، و هذا لكون أن المسيرين غير واعين بعد بفكرة التسويق الالكتروني من جهة، و من جهة أخرى أن البنية التحتية للاتصالات في الجزائر غير مستقرة و هشة، لما يشهده من اختلالات، و هذا ما يهز من صمعة المؤسسات ذات النطاق (dz.) و يقلل من خوضها مجال المنافسة أمام تلك المؤسسات ذات النطاق العريض (com. أو net.).[142]

جدول رقم 31: استعمالات المؤسسات لشبكة الانترنيت

المؤشرات	النسب
-البريد الالكتروني	%58,2
- المواقع	%29,4
- اسم النطاق	%15,2

Source : Liste des indicateurs TIC de la société de l'information en Algerie,Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement (CREAD),Décembre 2008, consulté le 21-04-2012 à 18 :41 http://www.mptic.dz/fr/?Indicateurs-TIC,15

[141] نفس المرجع السابق

[142] بختي إبراهيم، دور الانترنيت و تطبيقاته في مجال التسويق – دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002، ص 48-49.

ثالثا– برامج الحاسوب

تمثل عملية قرصنة البرامج من أهم العوائق التي تقف أمام تطوير و إنتاج برامج الحاسوب، حيث أن أكثر من 95 % من البرامج المستعملة في الجزائر هي نتيجة لعملية قرصنة. و رغم وجود موارد بشرية ذات كفاءة عالية في هذا المجال، إلا أنه لا يعرف تطورا مهما. فهذه الطاقات مستغلة جزئيا مما شجع هجرتها إلى الخارج أين تلقى اهتماما أوفر بالنسبة لاستغلال كفاءتها.

رابعا– الشبكات

يعتبر تطوير شبكات وطنية حافزا مهما لبناء مجتمع المعلومات. رغم هذا تشهد هذه الأخيرة تطورا ضعيفا في الإدارات و المؤسسات العمومية. فبغض النظر عن بعض المجالات كالصكوك البريدية، الطيران، الجمارك، البنوك، التأمين التي تعرف تطورا و توسعا ملحوظ بفضل أوعية سريعة و فعالة للمعطيات، العجز في هذا المجال يبقى مهما.

من خلال ما تم عرضه نلاحظ أنه بالرغم من ما تشهده الجزائر من مبادرات لتعميم تكنولوجيات المعلومات و الاتصال على مستويات مختلفة، إلا أن واقع البنية التحتية الرقمية يفيد بأنها ما تزال حبيسة قطاعات قليلة و أشخاص محدودة طالما أن ميزانية قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لا تتجاوز 1 % من إجمالي الناتج المحلي الخام[143]، فضلا على أن آثار استعمال الانترنيت كتكنولوجيا للإعلام و الاتصال على التنمية الاقتصادية محدودة جدا، و ليس لها دور فعال في تحقيق تلاحم قطاعات الاقتصاد بتكنولوجيا الاتصال، و لا يتعدى التعاملات الاجتماعية كالتواصل و الدردشة و أحيانا الإشهار.

و في الحقيقة لا يمكننا الحكم على مدى تطور قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر إلا إذا قمنا بمقارنتها بالدول العربية و بالدول المتقدمة و هذا ما سنوضحه من خلال عرض لآخر إحصائيات المنتدى الاقتصادي الدولي لسنة 2009–2010 و التي تقلل كثيرا من شأن الإنجازات الجزائرية فيما يخص البنية التحتية الرقمية كما يوضحه الجدول الموالي:

---

[143] خليفي عيسى و آخرون، اندماج اقتصاديات البلدان العربية في اقتصاد المعرفة،المقومات و العوائق،مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد 04، 2006

الجدول رقم 32: بعض مؤشرات البنية التحتية الرقمية لمجموعة من الدول المختارة لسنة 2008

الوحدة لكل 100 ساكن

الدول	عدد أجهزة الكمبيوتر الشخصية	عدد خطوط الهاتف	عدد خطوط الهاتف النقال	عدد مستخدمي الانترنيت	عدد المشتركين في الانترنيت
انجلترا	80.23	54.24	126.34	76.24	28.21
الولايات المتحدة الأمريكية	78.67	49.62	86.79	74	21.74
سنغافورة	76.04	40.24	138.15	73.02	23.46
فرنسا	65.17	56.42	93.54	68.21	28.52
كوريا الجنوبية	58.14	44.29	-	76.50	32.14
اليابان	57.40	38.04	86.75	75.40	23.65
فنلندا	50.05	31.11	128.76	82.62	30.50
الإمارات العربية المتحدة	33.08	33.63	208.65	65.15	12.43
قطر	15.69	-	131.39	34.04	08.07
تونس	9.81	12.18	84.59	27.53	02.24
المغرب	5.70	9.46	72.19	-	01.53
مصر	3.92	14.63	50.62	16.65	00.94
الجزائر	1.07	9.64	92.72	11.93	01.41

Source: International telecommunication union :World telecommunication, ICT Indicator Database 2009 online in Jan 2010, consulté le 23-03-2012 à 17:22 http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/

من خلال القراءة الأولية للجدول أعلاه، نلاحظ الفجوة الرقمية التي تفصل الدول المتقدمة من الدول العربية، ففي الوقت التي يتقلص فيه الفرق بشأن استخدام الهاتف النقال بين الدول المتقدمة و الدول العربية، بدليل تصدي الإمارات العربية المتحدة للترتيب في عدد خطوط الهاتف النقالة و تراجعه في الولايات المتحدة الأمريكية و اليابان، فإنه في المقابل يتسع بصورة كبيرة بالنسبة لاستخدام شبكة الانترنيت. كما نلاحظ من خلال الجدول احتلال الجزائر للمرتبة الأخيرة عربيا و دوليا في غالبية المؤشرات المتعلقة بالبنية التحتية الرقمية،علما أن هناك من الدول العربية التي قطعت أشواطا لا يستهان بها في تجهيز بيئتها التحتية الرقمية كتونس (والتي سبق التطرق إليها في الفصل الثاني) و

دول الخليج، و نخص بالذكر الإمارات العربية المتحدة التي عمدت إلى إنشاء مركز أبو ضبي للابتكار و التجديد، و واحة دبي لإنصاف النواقل و إرسال قواعد حكومة دبي الالكترونية و كذا إنشاء مدينة دبي للانترنيت لدعم و تنمية شركات الأعمال في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، فضلا عن احتضانها السنوي لأكبر منبر لاجتماع صناعة تكنولوجيا المعلومات، و المتمثل في معرض "جيتكس".[144]

ففي الدول المتقدمة هناك العديد من المجلات التي توجه تطبيق استراتيجيات المعلوماتية و الاتصالات، كمبادرات بناء التكنولوجيات و إنشاء مؤسسات البحث و التطوير و درجة الوعي بهذا المجال، و هذا يكاد يكون مفقودا في الجزائر و في غالبية الدول العربية، إذ لا تمثل صادرات الجزائر من التكنولوجيا العالمية 0.02 % من إجمالي الصادرات لسنة 2007، في حين بلغت في تونس 3.73 % و 5.66 % في المغرب. كل هذه النسب تعد ضعيفة و تعبر عن عدم اهتمام الدول العربية بصناعة التكنولوجيا، على خلاف دول جنوب شرق آسيا التي عززت هذا المجال حيث تعتبر هونج كونج الأولى عالميا من حيث صادرات التكنولوجيا العالمية بنسبة 44.77 % من إجمالي الصادرات، تليها سنغافورة بنسبة 34.82% ثم ماليزيا بنسبة 36.61 %، هذا ما يبرز التوجه العلمي و التكنولوجي لدول جنوب شرق آسيا و تشجيعهم للبحث و التطوير في هذا المجال.[145]

و بالتالي، عدم جاهزية البنية التحتية المعلوماتية الجزائرية ينعكس بشكل واضح على الأداء الالكترونية الحكومية و التجارية على حد سواء، و هذا يعني أن الجزائر قد فشلت إلى حد ما في تهيئة المناخ الملائم لأداء الأعمال التجارية بطرق إلكترونية.

---

[144] عماد أبو عمد، تبني إدارة المعرفة في القطاع الحكومي في دول الخليج، المؤتمر السنوي الثالث عشر، 3-5 أفريل 2007، ص 12.

[145] سعيدة بو سعدة، البنية التحتية المعلوماتية و مدى جاهزيتها لتنشيط التجارة الالكترونية في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011.

الفرع الثاني: البنية التحتية التنظيمية، واقع الحكومة الالكترونية في الجزائر و أهدافها

تسعى الحكومة الجزائرية إلى إحلال نظام الكتروني شامل، وتعميم استخدام الإنترنت خلال السنوات المقبلة لتطلق أخيرا مشروع "الجزائر الإلكترونية".

و تقضي خطة العمل لهذا المشروع حسب وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال الجزائرية، بتوصيل أداة المعلوماتية للأسر وتسهيل ربطها بالانترنت. و يتطلب تحقيق هذا المسعى إضافة إلى نقل التكنولوجيا، توفير كل الوسائل والشروط الضرورية، وتدعيم المؤسسات والإدارات والسكان المحليين بالمعدات والتجهيزات بغية تثمين الموارد البشرية لتمكينها من مواكبة تحديث القطاع وترقية نوعية الخدمات.

و سيسمح مشروع الحكومة الالكترونية بترقية نظام المعلوماتية في قطاع الاتصالات والبنوك وعبر مكاتب البريد، إضافة إلى الإدارة الإلكترونية وإدماج تكنولوجيات الإعلام في قطاعات التربية والتعليم خلال المرحلة المقبلة.

أولا – أهداف إستراتيجية الحكومة الالكترونية الجزائرية 2013

إن أهداف إستراتيجية الحكومة الالكترونية الجزائرية 2013 تسعى إلى تحسين نوعية الحياة للمواطنين، ضمان كفاءة الخدمات الحكومية، جعل الإدارة وسيلة فعالة لتحديث النشاط الاقتصادي وأخيرا تعزيز المعرفة. لذلك فإن السياسة القومية لتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تدور حول عدد من الأهداف الرئيسية التي ستساهم في تحقيق بطريقة فعالة تنفيذ ثلاث اتجاهات رئيسية لبرنامج الحكومة الالكترونية، وهي :

أ – التقدم في النشاط الحكومي:

– من خلال مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز فعالية نشاط السلطات الحكومية المركزية و الإقليمية؛

– إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإدارة الجزائرية، تقديم الخدمات عبر الإنترنت، وتعزيز نوعية حياة المواطنين ؛

– استخدام المدفوعات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية مع تعزيز الشفافية في المعاملات التجارية والحد من السوق غير الرسمية. و سيتم تنفيذ سياسة التنمية الإقليمية الرقمية التي سوف تساهم في تحسين ظروف العيش في أي مكان في البلاد من خلال الوصول عن بعد إلى شبكات المعلومات والخدمات العامة.

ب– تحقيق التنمية البشرية:

– تحسين نوعية التعليم في مختلف المستويات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التربية (التعليم الإلكتروني). وسيكون المحتوى التعليمي عبر الإنترنت والمناهج الدراسية عاملا حاسما لتحسين نوعية التعليم والتعلم والمساهمة في إدماج المواطن في مجتمع المعلومات؛

– دفع عملية تطوير البحث العلمي من خلال إنشاء شبكة البحوث في سرعة عالية جدا؛

– الصحة عن بعد ، وهو وجه من وجوه الصحة الإلكترونية، لا سيما أنها وسيلة لتعزيز الأدوية المحلية. وكما أن إدخال نظم المعلومات في المستشفيات ستحسن بشكل كبير في إدارتها.

ج– زيادة النمو الاقتصادي خارج قطاع المحروقات:

– تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أداة رئيسية للتنمية الاقتصادية، و يجب أن تكون عنصرا أساسيا في أي برنامج سواء كان على المستوى الاجتماعي والاقتصادي الوطني والقطاعي أو المحلي.

كما سيساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في زيادة القدرة على التنمية الاقتصادية في جميع قطاعات الإنتاج والخدمات (التجارة الإلكترونية، السياحة الإلكترونية، الثقافة الإلكترونية،...).

– من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سيتم ترقية المؤسسات لتمكينها من الاندماج في الشبكة الاقتصادية العالمية (التجارة الإلكترونية)، و ذلك من خلال توجيه منتجاتنا المحلية للتصدير.

– تطوير صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المحلية التي تساهم في خلق بديل اقتصادي لإنتاج الثروة غير النفطية و يستطيع قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن يساهم في خلق فرص العمل وظهور مهن جديدة.

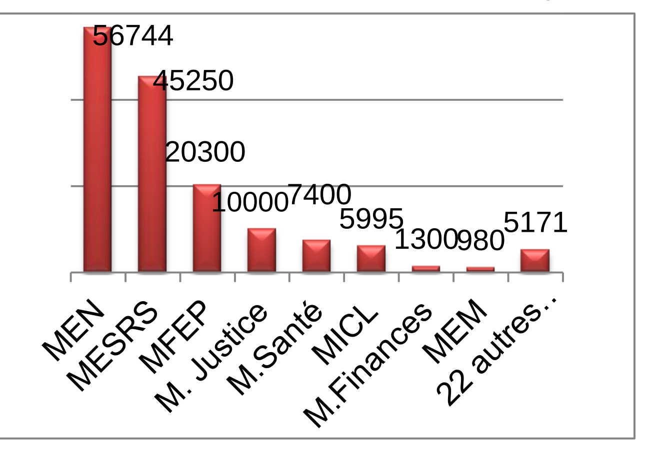
ثانيا – واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على مستوى الإدارات الجزائرية

من أجل تطوير و تحديث الإدارة الجزائرية، و إدخال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و مواكبة التطور الذي يشهده العالم في هذا المجال، قامت الحكومة في السنوات الأخيرة بتجهيز الإدارات بحواسب، برمجيات، شبكات و موزعات و غيرها من التجهيزات.

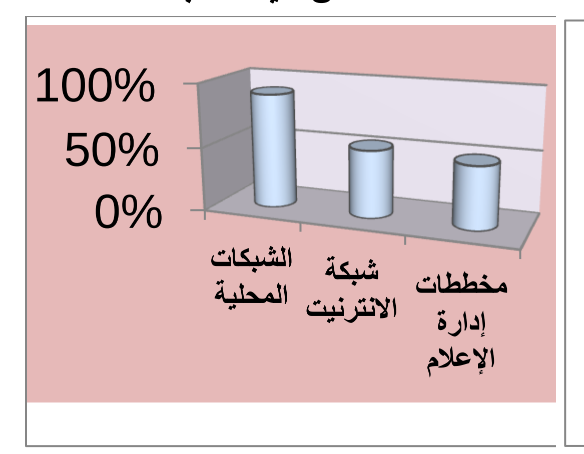
و فيما يلي سنحاول عرض بعض الإحصائيات الخاصة بالتجهيزات و الشبكات على مستوى:

- 30 وزارة
- 03 هيئات: **APN ; SGG ; ARPT**
- 369 مؤسسة تحت الوصاية: **EPA ; EPGS ; EPIC.**

الشكل رقم 10 : توزيع عدد الحواسب على الإدارات الوزارية



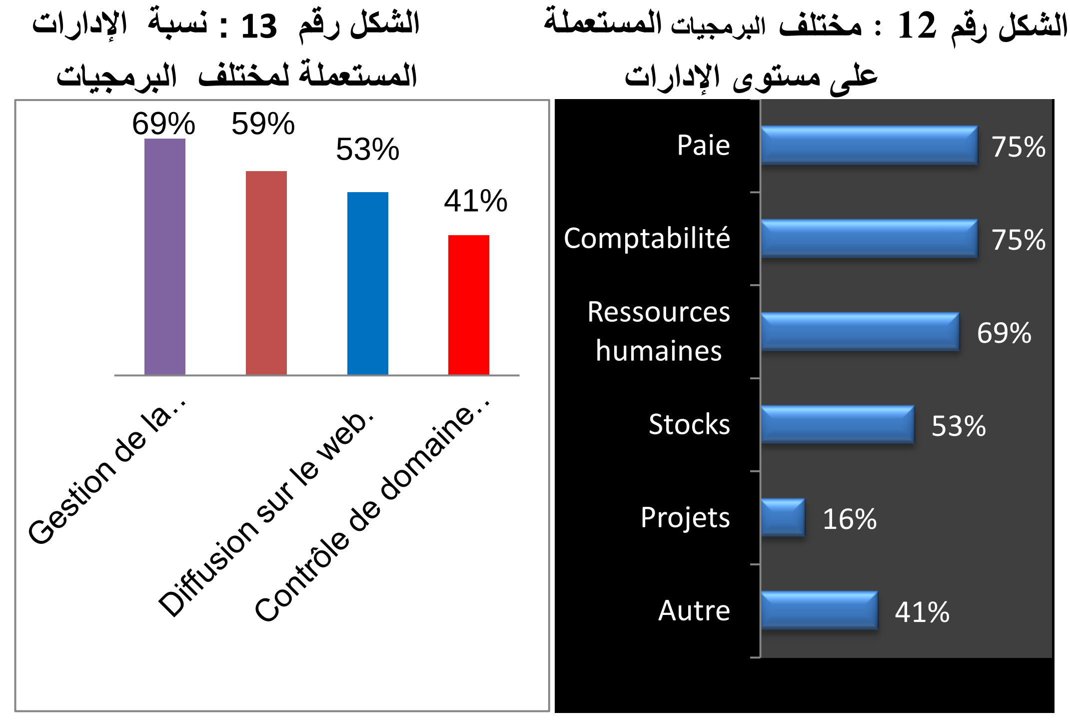
الشكل رقم 11: تجهيز الإدارات الوزارية من حيث الشبكات



Source: Politique Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication ,é-Algérie ,consulté à 19 :36, le 14-05-2012
http://www.google.dz/url?sa=t&rct=j&q=pr%C3%A9sentation%20politique%Presentation.ppt

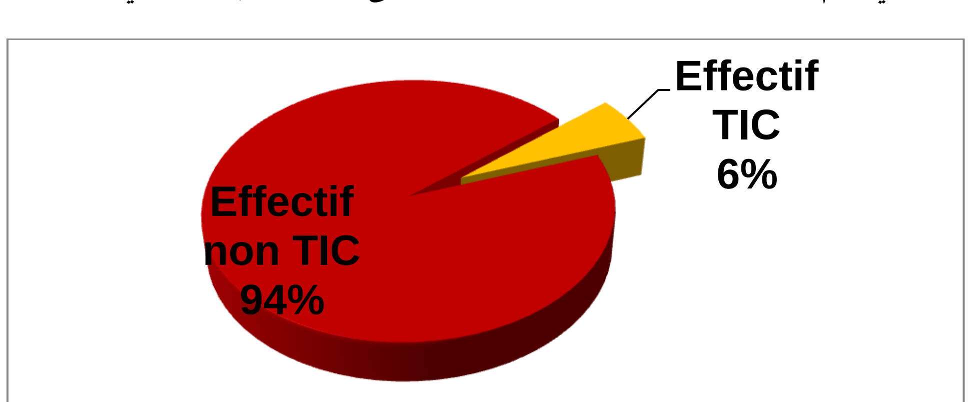
الشكل رقم 13 : نسبة الإدارات المستعملة لمختلف البرمجيات

الشكل رقم 12 : مختلف البرمجيات المستعملة على مستوى الإدارات



source : Politique Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication ,é-Algérie ,consulté à 19 :36, le 14-05-2012
http://www.google.dz/url?sa=t&rct=j&q=pr%C3%A9sentation%20politique%Presentation.ppt

الشكل البياني رقم 14 : نسبة اليد العاملة المؤهلة على مستوى الإدارات في الجزائر



source : Politique Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication , é-Algérie ,consulté à 19 :36, le 14-05-2012
http://www.google.dz/url?sa=t&rct=j&q=pr%C3%A9sentation%20politique%Presentation.ppt&e

من خلال الإحصائيات الممثلة في الأشكال البيانية الخاصة بالتجهيزات و الشبكات على مستوى مختلف الوزارات و الهيئات نلاحظ أن معظمها مجهزة بوسائل تكنولوجيا المعلومات و لكن بنسب متفاوتة كما أن نسبة استعمال البرمجيات المختلفة تتراوح بين 40 % و 70 % و هي نسب مقبولة عموما، إلا أن هذا لا يعني أن الإدارات الجزائرية تتحكم في هذه الوسائل و تستغلها استغلالا تاما، حيث أن هناك مجموعة من العوائق تقف أمامها أهمها:

- اقتناء المعدات والبرمجيات بشكل منفصل و بالتالي يصعب استعمالها و تطبيقها و التحكم فيها نظرا للتفاوت الموجود بينهما من الناحية التكنولوجية؛
- ضعف اليد العاملة المؤهلة من حيث النوعية و الكمية؛
- ضعف و ارتفاع تكاليف التكوين على أعلى مستوى؛
- ضعف التجديد لتجهيزات الإعلام الآلي؛
- ارتفاع تكاليف البرمجيات و غياب البنية التحتية ذات النطاق العالي و الفعال؛
- غياب صناعة المحتوى و العمل بالطرق التقليدية .

ثالثا- النتائج المتوصل إليها من خلال مشروع الحكومة الالكترونية في الجزائر

كما أوضحنا من قبل تسعى الحكومة الجزائرية إلى إحلال نظام الكتروني شامل، وتعميم استخدام الإنترنت خلال السنوات المقبلة لتطلق مشروع "الجزائر الإلكترونية"، الذي سيسمح بترقية نظام المعلوماتية في قطاع الاتصالات والبنوك وعبر مكاتب البريد، إضافة إلى الإدارة الإلكترونية وإدماج تكنولوجيات الإعلام في قطاعات التربية والتعليم خلال المرحلة المقبلة.

ويتطلب تحقيق هذا المسعى إضافة إلى نقل التكنولوجيا، توفير كل الوسائل والشروط الضرورية، وتدعيم المؤسسات والإدارات والسكان المحليين بالمعدات والتجهيزات بغية تثمين الموارد البشرية لتمكينها من مواكبة تحديث القطاع وترقية نوعية الخدمات.[146]

---

[146] مهدي إدير، الجزائر حكومة إلكترونية بحلول العام 2013 07/04/2009 ، مطلع عليه في 19 جانفي 2012، على الساعة 05:17، http://www.menassat.com/?q=ar/alerts/6319-2013

و لقد قطعت الجزائر بعض الخطوات نحو تطوير الحكومة الالكترونية على مستوى قطاعات مختلفة أهمها:

- وزارة البريد وتكنولوجيات الاتصال: وضعت البطاقات البنكية من خلال شركة "ساتيم" الذي يسهل للزبون سحب أمواله من أي وكالة بنكية أو بريدية، خاصة أو عمومية؛
- وزارة العمل والضمان الاجتماعي: بادرت بإصدار بطاقة مغناطيسية للمؤمن الاجتماعي" بطاقة شفاء"؛
- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: أتاحت للطلبة المتحصلين على شهادة البكالوريا إمكانية التسجيل في الجامعة عبر شبكة الانترنيت ، كما قامت بتوزيع بطاقة الطالب الالكترونية منذ نحو أربع سنوات و هي الآن تحت التجريب في انتظار تعميمها على جميع الولايات، ومن شأن هذه البطاقة اختصار الكثير من الصور والوثائق الإدارية التي يتطلب استخراجها سنويا لأن هذه البطاقة ترافق الطالب طوال مدة دراسته الجامعية ، كما يتوفر قطاع التعليم العالي على شبكة وطنية تسمى الشبكة الأكاديمية البحثية التي تربط كل المؤسسات و المخابر الجامعية و كذا المدارس العليا و تسمح لكل الأساتذة و حتى إطارات الجامعة بدخولها؛
- قطاع العدالة: يتوفر هذا القطاع على شبكة تربط كل المجالس القضائية و كل المحاكم و المؤسسات التابعة لهذا القطاع، حيث أنها تقدم خدمة هامة معروفة لدى كل المواطنين و هو ما يسمى بصحيفة السوابق العدلية. فمهما كان مكان وجود المواطن يمكن استعمال الشبكة لاستخراج هذه الوثيقة، كما أن كل العمال و الإطارات الموجودين في القطاع يستعملون هذه الشبكة للوصول إلى الانترنت؛
- وزارة الداخلية: في سنة 2010 بدأت في مشروع جديد يخص بطاقة التعريف الالكترونية ، جواز السفر الالكتروني و كذا رخصة السياقة الالكترونية، و التي هي في طور التحضير.

غير أن تطور الحكومة الالكترونية يجب أن يكون مرتبطا أيضا بتقبل المجتمع لفكرة الانتقال من مجتمع ورقي تقليدي إلى مجتمع معلوماتي، فما تبذله الحكومة من مجهودات لتقليص الفجوة الرقمية

بيننا وبين الدول المتقدمة لن يكون له الأثر المرجو إلا إذا كانت هناك بيئة ملائمة لمثل هذا التطور.[147]

الفرع الثالث: البنية التحتية القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر

يعتبر توفير الإطار التشريعي والتنظيمي ضرورة لدعم البيئة الملائمة للتجارة الإلكترونية سواء بإدخال تعديلات على التشريعات القائمة بما يجعلها أكثر استجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية، أو إصدار تشريع متخصص لتنظيم مختلف جوانب هذه التجارة، ابتداء من إنشاء المواقع على شبكات الاتصال الإلكترونية وتسجيل عناوينها، ونظم التعاقد الإلكتروني وإثباته، وإجراءات تأمينها، حتى نظم سداد المدفوعات، وضمانات تنفيذ التعاقدات وحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، وحقوق الملكية الفكرية، والمعاملة الضريبية والجمركية للمعاملات الإلكترونية، وأخيرا تحديد الاختصاص القضائي بمنازعات عقود التجارة الإلكترونية [148] .

يستلزم بناء مجتمع المعلومات القيام بتعديلات عميقة و بصفة سريعة من أجل تطوير مجتمع و اقتصاد جديدين يعتمدان على المعرفة. تشمل هذه التعديلات التحضير و التكييف السريع للإطار القانوني و التنظيمي من أجل ضمان شروط الأمن، الحماية و حرية الإعلام لفائدة المستثمرين و المواطنين. من أجل ذلك يجب إصدار نصوص قانونية و تنظيمية متعلقة بما يلي:

- حماية المعطيات الشخصية؛
- الأحكام الخاصة بتبادل المعطيات؛
- جرائم الإعلام الآلي؛
- الملكية الفكرية؛

---

[147] مصطفى دالع، الإدارة الالكترونية في الجزائر، المطلع عليه *في* 21 ديسمبر 2011 على الساعة 15:31، http://dalaam.maktoobblog.com

[148] خلادي عبد القادر ، كويسي سليمة، تكنولوجيات المعلومات و الاتصال في الجزائر: وضعية و آفاق، اجتماع الخبراء الإقليمي حول معيقات النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الدول العربية، المطلع عليه في 25 جويلية 2010 على الساعة 05:46 http://www.postelecom.dz/psympoara.htm

- الدفع الإلكتروني؛
- الاعتراف بالهوية؛
- التصديق على التوقيع الالكتروني؛
- الإجراءات وقواعد منح المجال الإلكتروني[149].

فقد سنت الجزائر بعض القوانين والنصوص التطبيقية التي تمس بشكل أو بآخر أحد جوانب التجارة الالكترونية أهمها:

- القانون الخاص بالتعاقد الالكتروني حيث أصبح للكتابة في الشكل الالكتروني و التوقيع الالكتروني مكانا ضمن قواعد الإثبات في القانون المدني الجزائري من خلال نص المادة 323 و 327، الفقرة 2 من القانون المدني الجزائري، و المقصود بالكتابة في الشكل الالكتروني حسب هذا النص، التسلسل في الحروف أو الأوصاف مثل المعلومات و البيانات التي تحتويها الأقراص الصلبة و المرنة أو تلك التي تتم كتابتها بواسطة الكمبيوتر و إرسالها و نشرها عبر الانترنيت.[150]
- القانون الخاص بموردي الانترنيت، حيث عرفت هذه الأخيرة مرحلة انفتاح، فابتدءا من سنة 1998 تم اعتماد مقدمين خواص لخدمات الانترنيت. رغم أن أغلبية المقدمين المعتمدين غير عمليين إلى حد الآن.
- القانون الخاص المتعلق بالجريمة الالكترونية، حيث ستكشف الجزائر قريبا عن مسودة قانون لمكافحة جرائم الانترنيت و ذلك بغية خلق الأدوات المخصصة لمحاربة جرائم الانترنيت بما فيها اختراق الحواسيب والتحويل غير القانوني للأموال وترويج الإباحية والفساد. مقترح

---

[149] نفس المرجع السابق.

[150] عاقلي فضيلة، الإطار القانوني للتجارة الالكترونية و واقع استخدامها في الدول العربية (حالة الجزائر)، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر – عرض تجارب دولية، معهد العلوم الاقتصادية ، خميس مليانة.

القانون الجديد سيفرض جزاءات تتراوح بين الغرامات المالية والسجن مدى الحياة [151]. و كذلك القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية والتي تتضمن مواد متعلقة بالملكية الصناعية خاصة وأن عدة شركات عالمية تصنف الجزائر كإحدى أكبر المناطق التي ترتفع فيها نسب قرصنة البرمجيات والجريمة الالكترونية مما حذا بشركة مايكروسوفت العملاقة إلى تنصيب مكتبها الجهوي في الجزائر.

غير أن هذه القوانين التي تم إصدارها أو التي هي في طور الإنجاز جاءت بناء على إلحاحات دولية ورغبة الجزائر في الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، جعلها تعدل وتعد ترسانة هامة من القوانين حتى تتوافق منظومتنا التشريعية مع القوانين العالمية وهو ما يعني أن الجزائر مقبلة في المستقبل القريب على إصدار قانون خاص بالتجارة الالكترونية بحكم الالتزامات الدولية التي يفرضها الاندماج العالمي ورغبة الجزائر في اللحاق بركب التطور في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال والاستفادة من المزايا التي تتيحها التجارة عبر الانترنيت، علما أن عدة دول عربية كتونس، الأردن، الإمارات العربية المتحدة، السعودية، و مصر قطعت أشواطا هامة في المجال التشريعي الخاص بتقنين التجارة الالكترونية.[152]

---

[151] مغاربية، أنباء وآراء المغرب الكبير، الجزائر تعتزم اعتماد قانون لمكافحة الجريمة عبر الانترنيت، مطلع عليه في 24 ماي 2011 على الساعة 06:37 2008/02/17

http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/newsbriefs/general/2008/02/17/newsbrief-03

[152] *مصطفى دالع*، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مطلع عليه في 12 فيفري 2010، الساعة 11:54 http://dalaam.maktoobblog.com

الفرع الرابع: البنية التحتية المصرفية

يعتبر القطاع المصرفي أحد أهم القطاعات الحيوية في أي بلد، وذلك لما يوفره من مصادر التمويل اللازمة للاقتصاد، وما يمثله من أداة هامة لتنفيذ مختلف السياسات والبرامج الاقتصادية والتنموية.

لقد باشرت الجزائر العديد من الإصلاحات الاقتصادية منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي تماشياً مع تحولها إلى نظام اقتصاد السوق، وفي إطار ذلك وجدت الأجهزة المصرفية في الجزائر نفسها أمام عدة تحديات، يخص ندرة الموارد ، استخدام التكنولوجيا ، متطلبات الزبائن ، مصداقية الإعلام ، شدة المنافسة، تطبيق اللامركزية.

و من جهة أخرى، أصبحت التكنولوجيا المعاصرة إحدى أكبر القضايا الإستراتيجية في مجال الأعمال المصرفية، و هذا الواقع يفرض على البنوك تحديات كبيرة. فالعالم اليوم يشهد تحولات عميقة و متسارعة نتيجة التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات و النمو المضطرد لحجم المعلومات، أدت إلى بروز أنماط جديدة في المعاملات و النشاطات في مختلف المجالات. لهذا كان لا بد على المصرف من تغيير مفهوم الخدمات المصرفية التقليدية إلى الخدمات المصرفية عن بعد بسبب النمو المتسارع على الخدمة المصرفية الالكترونية من قبل العملاء و زيادة المنافسة بين البنوك بسبب ازدياد توقعات العملاء، و رغبة البنوك في تخفيض التكاليف و رفع مستوى الفعالية و الرغبة في التوسع في تقديم الخدمات المصرفية و اجتذاب المزيد من العملاء.[153]

و من أجل التعرف على واقع القطاع المصرفي الجزائري، و واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر و كذا تحديد نقاط القوة و الضعف، سنحاول معالجة هذا المطلب كما يلي:

أولا: واقع القطاع المصرفي الجزائري و إصلاحاته

ثانيا: واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر

---

[153] السماتي سيف الدين، العمليات المصرفية الالكترونية و الإطار الإشرافي، عمان، الأردن: إتحاد المصارف العربية، إصدار خاص، 2004، ص 66.

أولا: واقع القطاع المصرفي الجزائري و إصلاحاته

نظرا للنقائص التي كانت تميز المناخ المصرفي و المالي في العشرينيات السابقة و نتيجة للإفرازات السلبية التي عرفتها هذه المرحلة ، قامت الحكومة بجهود كبيرة لتحسين الأوضاع القانونية و التنظيمية لمؤسساتها المالية و المصرفية و ذلك بمراجعة التشريعات المالية التي تحكم القطاع المصرفي و إعادة صياغتها لتتوافق مع المتطلبات المصرفية الحديثة و لتعكس التوجه الجديد نحو آليات السوق .

و بهذا الصدد ، قامت الحكومة الجزائرية بإصدار قانون 90–10 المتعلق بالنقد و القرض المؤرخ في 14 أفريل 1990 ، جاء هذا القانون ليكون جهازا تشريعيا لدعم الإصلاحات الاقتصادية و ضبط النشاط المصرفي و تصحيح الوضعية المالية لمؤسسات الدولة و البنوك ، و كانت تتمثل أهدافه في:[154]

- وضع حد لكل تدخل إداري في القطاع المالي و المصرفي ؛
- رد الاعتبار لدور البنك المركزي في تسيير النقد و القرض ؛
- استرجاع قيمة الدينار الجزائري ؛
- إدراج الاقتصاد في النظام المصرفي ؛
- تشجيع الاستثمارات الخارجية ؛
- تطهير الحالة المالية للقطاع العمومي ؛
- توضيح المهام المنوطة للبنوك و المؤسسات العمومية ؛
- تنويع مصادر تمويل الأعوان الاقتصاديين لا سيما المؤسسات عن طريق إنشاء سوق مالية .

و بذلك عرفت المنظومة المصرفية إصلاحات هيكلية على مستويات مختلفة مواكبة مع الإصلاحات الاقتصادية، و لكن بالرغم من هذه الإصلاحات، مازالت المنظومة المصرفية في الوقت الحالي تتميز بالعديد من النقائص و السلبيات التي تحد من فعاليتها، و من بين هذه النقائص نذكر :

- سيطرة الديون غير المسددة في حافظات البنوك ؛

---

[154] المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي، إشكالية إصلاح المنظومة المصرفية:عناصر من أجل فتح نقاش اجتماعي، نوفمبر 2000 ، ص 22 .

- ضعف التجديد فيما يخص الوسائل النقدية و المالية ؛
- تداول مبالغ هامة من النقود خارج الشبكة المصرفية مما يقلص من مستوى جمع الادخار ؛
- توزيع غير ملائم للشبكة المصرفية؛
- عجز نظام الاتصال و المواصلات السلكية و اللاسلكية و الذي يشكل عائقا أمام السير الحسن للبنوك؛
- ضعف الاحترافية و الكفاءة .

و بصفة عامة يمكن القول أنه بالرغم من الإصلاحات التي شهدتها البنوك في السنوات الأخيرة إلا أنها لا تزال تعاني من نقائص على مستويات مختلفة، فعلى مستوى الكثافة المصرفية واستنادا إلى مؤشرات السوق ، يحتاج الاقتصاد الجزائري إلى مصرفته **(**Bancarisation**)** لأن المؤسسات المصرفية و المالية العاملة حاليا لا تغطي حاجات البلاد من جهة عددها و تنوع خدماتها و من جهة شبكة فروعها و انتشارها ، خصوصا إذا علمنا بأن نصف كتلة النقد يتم تداولها حاليا خارج الجهاز المصرفي ، و الفرص كبيرة لإعادة تعبئة هذه الموارد و استخدامها في تمويل النشاط الاقتصادي.

فالموارد الادخارية الموجودة خارج المصارف تحتاج إلى تشجيع لجذبها عبر وسائل توظيف أكثر ربحية توفرها التقنية المصرفية الحديثة و التي هي غائبة إلى حد ما في القطاع المصرفي الجزائري ، و لهذا الفرص متاحة أمام أي مؤسسة مصرفية جديدة تدخل السوق بكفاءات بشرية و تقنية كافية ، و لديها إمكانيات مالية كبيرة و تقدم خدمات مصرفية جديدة ، لأنها ستجد بلا شك طلبا كثيفا على هذه الخدمات.

كذلك على مستوى التسيير و نوعية الخدمات المصرفية المقدمة، تتمثل النقائص في هذا الميدان أساسا في قدم أنظمة المحاسبة و الإعلام و عدم فعاليتها و ضعف تأهيل الموظفين و تكوينهم. فمن ناحية الإعلام ، لم تعد تستجيب لمقتضيات الأمن و الدقة و الفعالية التي يتطلبها النشاط المصرفي و ذلك راجع إلى قلة استعمال أجهزة الإعلام الآلي التي تجعل من الضروري اللجوء مباشرة إلى الموارد البشرية لمعالجة العمليات الجارية ، بالرغم من أن معظم البنوك قد تحملت

تكاليف باهظة من أجل تجهيزها بوسائل الإعلام الآلي دون أن يحقق ذلك النتائج المرتقبة نظرا لعدم قدرة التحكم فيها.

و يعتبر الإعلام بالضبط نقطة الضعف في المنظومة المصرفية الجزائرية ، إذ أن أبسط عمليات الإشعار بالتقييد في الجانب الدائن أو الجانب المدين و كشوف الحسابات لا تسلمها إلا بعض البنوك ، و على فترات لا تدعوا إلى التفاؤل و وفق آجال طويلة ، و هناك بنوك أخرى لا تشعر زبائنها بالعمليات التي تتم في حساباتهم .

و بذلك فإن عدم وجود أجهزة متطورة للإعلام ينعكس على :

– رداءة الخدمات الأساسية المقدمة للزبائن ؛

– العجز الكبير في المراقبة و تدقيق الحسابات الداخلية ، هذا ما يجعل اكتشاف المخالفات تتم بعد مرور أوقات طويلة على ارتكابها – هذا إذا اكتشفت .

و بالتالي التأخر المسجل في هذا الميدان لا سيما من حيث مراقبة التطورات الخاصة بالموارد و الالتزامات و الحافظة و الخزينة يلزم البنوك أن تخصص لها و على وجه السرعة الوسائل البشرية و المادية و التقنية اللازمة .

و فيما يخص سمات الخدمة المصرفية في النظام المصرفي الجزائري فيمكن تلخيصها فيما يلي:

- خدمات مصرفية تقليدية ، ففي الوقت الذي تقوم فيه المصارف في العالم بتقديم أكثر من 360 خدمة لزبائنها ، فإن المصارف الجزائرية لا تصل حتى إلى مستوى حجم الخدمات المصرفية المقدمة في الدول النامية ، حيث تقدر في الجزائر بـ 40 خدمة مصرفية مما يقلل من قدرتها التنافسية وتنمية رأسمالها[155].

. غياب التسويق المصرفي، الشيء الذي يقف كعائق أمام هذه المصارف في تسويق الخدمة المصرفية.

---

[155] مليكة رغيب، حياة نجاز، النظام البنكي الجزائري، تشخيص الواقع وتحديات المستقبل، أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية، الواقع والتحديات، جامعة الشلف يومي 14 و 15 ديسمبر 2004، الجزائر، ص 399 .

. توسع وامتداد المجال الجغرافي مما يعوق التنسيق الداخلي وتبادل المعلومات بين مختلف الهياكل الإدارية للمصرف.

. ثقل الإجراءات البيروقراطية والتعقيدات في المعاملات المصرفية ، حيث تتجاوز فترة دراسة ملف طلب قرض السنة في الكثير من الأحيان ، كما أن تحصيل شيك من ولاية إلى أخرى يأخذ في الغالب أكثر من شهر .

- ضعف كفاءة وأداء العنصر البشري، خاصة أن هناك مدرسة وحيدة متخصصة وطنية وغير كافية.
. استخدام قليل لتكنولوجيا المعلومات داخل المصارف الجزائرية نظرا لعدم التحكم فيها.

أما من ناحية تسيير الموارد البشرية، فيسجل أيضا نقص كبير هو الآخر، فيلاحظ وجود عدد معتبر من الموظفين لكن ينقصهم التأهيل و التوظيف، و هذا راجع إلى ضعف جهاز التكوين الخاص بالقطاع المصرفي. صحيح أنه تم إنشاء شركة تكوين بين البنوك (SIBF)، غير أنه يبدوا أنها لا تتوفر على جميع الوسائل الضرورية لتلبية الحاجات الضخمة للبنوك في مجال التكوين التطبيقي و في جميع الفروع و المهن.

و أمام التعقيد المتزايد الذي تعرفه مهنة المصرفي الناتج عن إنشاء منتجات جديدة و ارتفاع المستوى العام للمعارف الاقتصادية و المالية لدى الزبائن ، فلا بد على البنوك أن تبذل جهودا جبارة في مجال التكوين خاصة مع ظهور المنافسة مع القطاع الخاص المحلي و الأجنبي ، و التي تفرض على البنوك أن تشرع على الفور لإيجاد أشكال جديدة من التكتلات للتسيير و الاعتماد على أدوات وساطة مصرفية متطورة و أدوات مالية متخصصة.

ثانيا : واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر

ما يميز الخدمة المصرفية التي يطرحها النظام المصرفي الجزائري، بأنها خدمة تقليدية، لا تتناسب مع ما هو حاصل في الدول المتقدمة، لذلك لا بد من التفكير في تحديث الخدمة المصرفية في الجزائر و ذلك بجعلها عصرية، و من بين عناصر التحديث للخدمة المصرفية، عصرنة وسائل الدفع بمختلف أنواعها و جعلها وسائل دفع الكترونية، حيث تتيح الخدمات المصرفية الحديثة إمكانيات كبيرة تمكن البنوك الجزائرية من التحسين في أدائها و الرفع من حجم مردوديتها و تخفيض نسبة

نفقاتها، غير أن واقع عمل هذه البنوك يشير إلى فجوة كبيرة جدا بين الأعمال البنكية الممارسة في الخارج و ما هو موجود على صعيد السوق المحلي، هذه الوضعية تعود إلى عدة أسباب منها ما هو متعلق بضعف البنية التحتية في الجزائر اللازمة لممارسة الأعمال الالكترونية، و منها ما يقع على مسئولية البنوك في تحديث و تطوير عملها.

و من خلال هذا الفرع سنحاول تسليط الضوء على واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر و ذلك من خلال النقاط التالية:

أ – نشأة الصيرفة الالكترونية في الجزائر

ب – مضمون الصيرفة الالكترونية في الجزائر

ج – خصائص الصيرفة الالكترونية في الجزائر

أ – نشأة الصيرفة الالكترونية في الجزائر

شرعت الجزائر خلال السنوات الأخيرة في إصلاحات جديدة و ذلك من خلال تحديث وسائل الدفع الالكترونية، و في هذا الإطار و من أجل تطوير و تسيير التعاملات النقدية بين البنوك تم إنشاء شركة ما بين المصارف SATIM شركة التحويلات الآلية بين البنوك سنة 1995 و هي شركة ذات أسهم رأسمالها 1145500000 دينار جزائري و تضم 85 عامل، 80 % منهم إطارات.

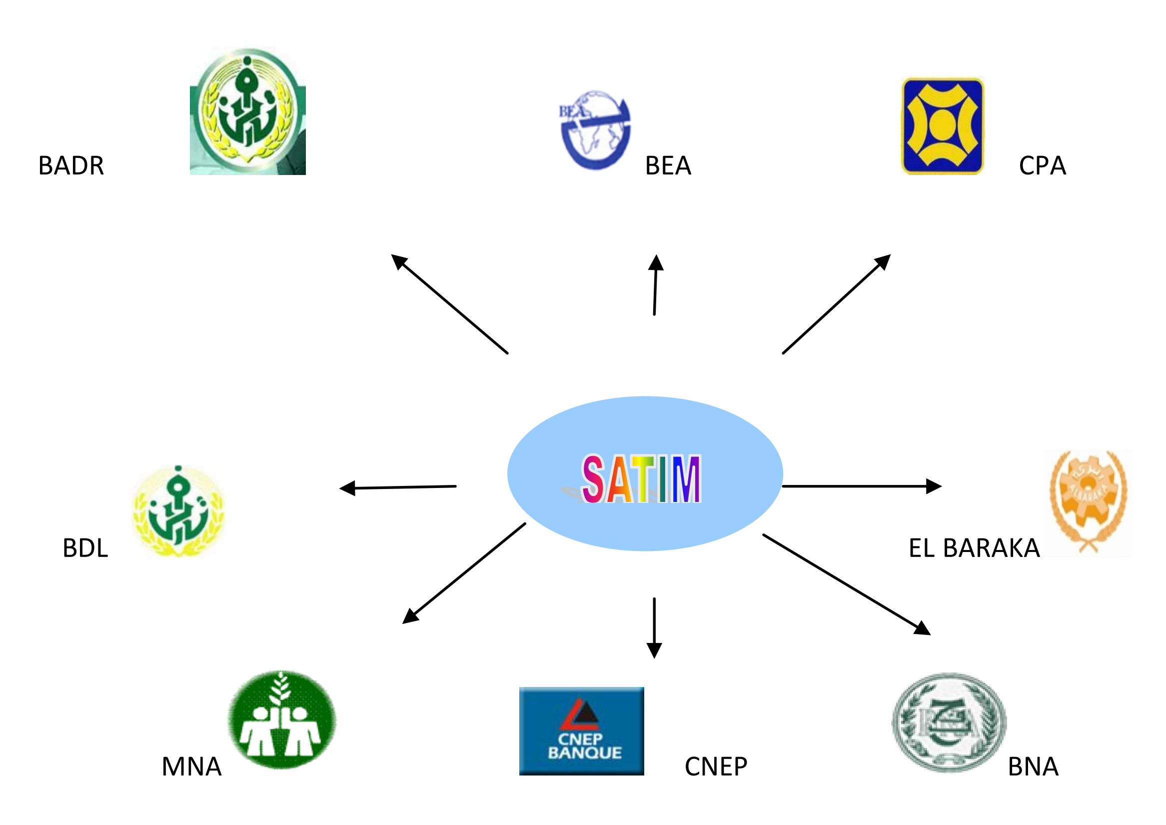
تضم شركة SATIM البنوك الثمانية العمومية: بنك الجزائر الوطني، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة الجزائري.

تعتبر هذه الشركة من بين أهم الوسائل التقنية المرفقة في إطار برنامج تطوير و عصرنة البنوك الجزائرية خاصة فيما يتعلق بوسائل الدفع الالكترونية، و أهم وظائف شركة SATIM :

- تطوير وسائل الدفع الالكترونية؛
- تطوير الصيرفة الالكترونية بين البنوك ؛
- مرافقة البنوك و متابعتها في وضع و تطوير الوسائل النقدية الالكترونية ؛
- تتحمل شركة SATIM و تسير البنية التحتية و المنشآت القاعدية التقنية؛

- تساهم في تحديد المقاييس، القواعد التقنية، قواعد تسيير و تسعير كل المنتجات المصرفية؛
- تشخيص كل الشيكات، بطاقات الدفع و السحب النقدي.

الشكل البياني رقم 15: المؤسسات المالية المساهمة في شركة SATIM



المرجع: من إعداد الباحثة

ب – مضمون الصيرفة الالكترونية في الجزائر

عرف النظام المصرفي الجزائري مؤخرا برمجة عدة مشاريع فيما يخص وسائل الدفع و السحب الالكترونية و الشبكة النقدية بين البنوك و حاولت تعميم التعاملات المالية الالكترونية على مستوى مختلف مرافقها المالية و مصالحها التجارية، و يمكن توضيح هذه المشاريع فيما يلي:

1 – بطاقات السحب و الموزعات الآلية للنقود DAB

تشرف شركة SATIM على صناعة بطاقات السحب حسب المقاييس المعمول بها دوليا لجميع البنوك العمومية و الخاصة و ذلك من خلال إبرام عقد بينهما يحدد التزامات الطرفين خاصة فيما يتعلق آجال و إجراءات التسليم، كما تشرف شركة SATIM على عملية الربط بين الموزعات الآلية DAB و مصالحها بواسطة شبكة اتصال **(X25- DZ PAC).**

و يوجد عدة بنوك تساهم في شبكة السحب النقدي بين البنوك منها البنوك العمومية الثمانية المذكورة سابقا، بالإضافة إلى بريد الجزائر، Société Générale, BNP Paribas, Housing Bank AGB و هناك بعض المؤسسات المالية في طريق الانضمام مثل HSBC و ABC.

في الوقت الحالي بإمكان حاملي بطاقات السحب لمختلف المؤسسات المالية القيام بعملية السحب النقدي على مستوى الموزعات الآلية التي وصل عددها حتى نهاية 2009 إلى 1300 موزع على مستوى أنحاء التراب الوطني، 700 موزع آلي تابع لبريد الجزائر و 600 موزع تابع للبنوك الأخرى [156].

2 – بطاقات الدفع

إن الدفع عن طريق بطاقة CIB يدخل في إطار مشروع تحديث نظام المدفوعات البنكية و ذلك تحت إشراف الوزارة الوصية المسئولة عن الإصلاحات المالية، و تعتبر هذه الخطوة من أهم خطوات عصرنة القطاع البنكي، علما أن هذا المشروع الوطني يتماشى مع المقاييس الدولية المعمول بها.

و حتى نهاية سنة 2009 تم توزيع 850000 بطاقة بين البنوك CIB و التي من خلالها يمكن لحاملها تسديد مشترياته من السلع و الخدمات اتجاه التاجر المتصل بالشبكة النقدية ما بين البنوك و ذلك من خلال أجهزة الدفع الآلي TPE ، علما أن هناك 3000 تاجر متصل بهذه الشبكة على

---

[156] Les Algérien toujours aussi réticents, Paiement électronique en Algérie 20 septembre 2010, consulté le 11-04-2011 à 11 :04 http://bencheneb.centerblog.net/1-SYSTEME-DE-PAIEMENTS-ET-MONETIQUE-DEVELOPPEMENT-ET-MODERNISATION-Algerie

مستوى التراب الوطني حتى سنة 2010 [157]، كما يستطيع حامل البطاقة CIB أن يقوم بسحب أمواله من خلال الموزعات DAB في أي زمان و في أي مكان.

و للإشارة فقط أنه من أجل القيام بعملية سحب الأموال من الموزعات الآلية يتحمل حامل البطاقة تكاليف السحب و التي تقدر بـ:

- على مستوى بنك CPA: صاحب البطاقة يتحمل 10 دج كتكاليف سحب، توزع 50/50 بين البنك المصدر للبطاقة و SATIM .
- على مستوى البنوك الأخرى: صاحب البطاقة يتحمل 15 دج كتكلفة سحب توزع بين البنك المصدر للبطاقة و SATIM .
- على مستوى البريد: صاحب البطاقة يتحمل 12 دج + 2 دج لكل 1000 دج مسحوبة فوق 5000 دج .[158]

و هناك عدة أشكال من البطاقات المصدرة من قبل البنوك، و نأخذ كمثال عن ذلك بنك القرض الشعبي الجزائري CPA الذي يعتبر من بين أول البنوك التي اعتمدت على البطاقات الالكترونية و أهمها:[159]

- **بطاقة CIBالكلاسيكية (CIB Classic):**



بإمكان حامل هذه البطاقة:

- تسوية كل المشتريات من السلع و الخدمات على أجهزة TPE عند التجار المنخرطين.

---

157 Le cash garde la cote en Algérie : Le paiement électronique peine à faire recette, journal El Watan, consulté le 4 -04- 2011 à 10 :32 http://aksk800.blogspot.com/2011/04/le-cash-garde-la-cote-en-algerie-le.html

158 Perspective en matière de monétique, 10 millions de cartes bancaires en circulation, des cartes visa et master aussi, consulté le 23 -04 2011 à 16 :56
http://www lesoirdalgerie .com/articles/17/02/2008/article php ? Sid =645768 cid=2

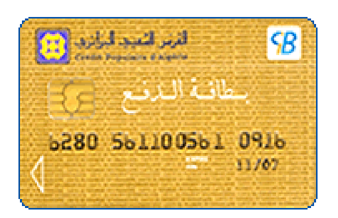
159 Le CPA et la monétique, Cartes bancaires du CPA, consulté le 20-09-2011 à 05 :06, http://www.cpa-bank.dz/?p=cpa_monnaie

- القيام بسحب الأموال على جميع الموزعات الآلية DAB المرتبطة بالشبكة النقدية ما بين البنوك CIB.

و من مزايا هذه البطاقة :

- سهلة الاستعمال
- بإمكان حاملها القيام بالسحب و الدفع7 أيام على7 و 24 سعة على 24 ساعة
- تضمن الحماية
- تضمن سرعة تحويلات الأموال.

- **بطاقة Carte Gold:**



يقدم البنك هذا النوع من البطاقات لفئة معينة من الزبائن الموثوق بهم و ذات الدخل المرتفع، و بإمكان حامل هذه البطاقة القيام بدفع قيمة مشترياته من السلع و الخدمات من خلال أجهزة TPE و القيام بسحب الأموال من خلال أجهزة DAB، و ما يميز هذه البطاقة أنه بإمكان حاملها سحب أو دفع مبالغ مرتفعة.

- **بطاقة CPA Visa Gold**



بإمكان حامل هذه البطاقة القيام بجميع عمليات السحب النقدي و ذلك على مستوى 940000 جهاز السحب الآلي موزعة في كل أنحاء العالم، و كذا بإمكانه تسوية مشترياته عند 24 مليون تاجر متصل بشبكة Visa الدولية. علما أن هذه البطاقة تتماشى مع المقاييس الدولية خاصة فيما يخص مقياس الحماية.

3 – نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS

في إطار تحديث و عصرنة النظام المصرفي الجزائري، لا سيما من حيث أنظمة الدفع ، بادر بنك الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية و بمساعدة البنك العالمي في إنجاز نظام دفع إلكتروني متطور هو نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS1.

3-1- تقديم المشروع RTGS :

3-1-1- الأهداف : يهدف هذا المشروع في إطار تحسين الخدمة المصرفية لا سيما من حيث أنظمة الدفع و ذلك رغبة في الوصول إلى المستوى الدولي.

3-1-2- التعريف بالنظام RTGS : نظام التسوية الإجمالية الفورية هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي و يتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة و على الفور بدون تأجيل و على أساس إجمالي.

كما يعرف أيضا أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي و مستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة و يوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف.

3-1-3- أهداف نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS :

إقامة نظام التسوية الإجمالية الفورية تهدف إلى تحقيق مايلي :

- تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي و كل وسائل الدفع الأخرى؛
- تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام الدفع الإلكتروني؛
- تقليص آجال التسوية؛
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات؛
- جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة؛
- تقوية العلاقات بين المصارف؛
- تشجيع إقامة المصارف الأجنبية .

3-2- مبادئ تشغيل نظام RTGS :

نظام RTGS يقوم على مبادئ التالية:

3-2-1 المشاركين: المشاركة في النظام مفتوحة لكل مؤسسة لها حساب تسوية في بنك الجزائر، فيمكن أن ينظم إلى النظام زيادة على بنك الجزائر كمسير و حامل للتسوية مجموعة المؤسسات المصرفية و المالية، الخزينة العمومية، مراكز الصكوك البريدية.

3-2-2 العمليات التي يعالجها النظام:

يعالج النظام مختلف العمليات المصرفية بين المؤسسات المالية و المصرفية و المشاركين عامة، و ذلك على النحو التالي :

- عمليات مابين المصارف: حيث يتم من خلال هذا النظام تحويلات بين المصارف أو حسابات الزبائن و التي تكون فيها المبالغ هامة أو مستعجلة.

- عمليات بنك الجزائر: إن بنك الجزائر هو المشارك الوحيد القادر في حدود اختصاصاته توجيه و إصدار الأوامر للقرض أو الخصم من حسابات المشتركين.

- تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الإلكترونية: إن المبالغ المدينة و الدائنة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج بهذا النظام قرضا و دينا في نفس الوقت و في حسابات المشاركين.

- حساب التسوية : إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات تسوية، تقسم إلى حسابات فرعية، و هذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين و التي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر.

4- نظام المقاصة عن بعد:

إن عملية عصرنة نظام الدفع عرفت دفعة جديدة بإنشاء نظام المقاصة، هذا النظام يختص بالمعالجة الآلية للعمليات المصرفية مثل عمليات التحويل، الاقتطاع، عمليات السحب و الدفع بالبطاقات البنكية، و يمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة والتي

تعمل وفق المعايير الدولية، و الهدف منه التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن، و تخفيض آجال إتمام العمليات البنكية.[160]

لقد دخل هذا النظام حيز التنفيذ يوم 15 ماي 2006 و كانت البداية بمعالجة الصكوك على أن تتطور العملية لتشمل باقي وسائل الدفع في نهاية 2006 .

اشترك في هذا النظام كل من بنك الجزائر، البنوك المختلفة، اتصالات الجزائر، بريد الجزائر، SATIM، جمعية البنوك و المؤسسات المالية (ABEF) مع كل فروعها و مكاتبها عبر كامل التراب الوطني.

و لقد عالج نظام المقاصة في شهر ماي 2006 ما قيمته 51.12 مليار دينار و 489436 عملية في ديسمبر من نفس السنة بقيمة 303.17 مليار دينار.

و يهدف هذا النظام إلى: [161]

- التسيير المحاسبي اليومي و إعطاء نظرة شاملة و حقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية و الوطنية.
- تقليص آجال المعالجة ، حيث يتم تقديم قرار قبول أو رفض العملية في أجل أقصاه 5 أيام على أن يتم اختزال هذه المدة إلى 3 أيام ثم 48 ساعة .
- تأمين أنظمة الدفع العام .
- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الصكوك .
- واجهة عملية تبيض الأموال في الجزائر .

---

[160] مخاطر الاقتصاد الرقمي على أعمال البنوك التجارية مع إشارة خاصة لحالة الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف ،الملتقى الدولي الثاني: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، 15 ديسمبر 2011، الساعة 17:22، http://www.univ-chlef.dz/s%E9minair%20chlef/Home_fichiers/Index.htm

[161] آيت زيان كمال، آيت زيان حورية ، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر http://www.djelfa.info/vb/archive/index.php/t-291581.html

ج- خصائص الصيرفة الالكترونية في الجزائر:

1 – وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر بالأرقام

حسب إحصائيات سنة 2010، يوجد 850000 شخص[162] فقط يمتلكون بطاقة الدفع البنكي في بلد عدد سكانه 36 مليون نسمة، علما أنّ بطاقة السحب والدفع البنكي شرع في العمل بها شهر مارس من العام 2005 (انظر الجدول أسفله لتطور عدد حاملي بطاقات الدفع في الجزائر حتى سنة 2010) ، وتسمح هذه البطاقة لكل زبون لديه حساب في أي بنك أو في بريد الجزائر القيام بعمليات السحب طوال أيام الأسبوع وبنظام 24 ساعة على 24 ساعة على مستوى كل الموزعات الآلية للأوراق النقدية المتصلة بالشبكة النقدية ما بين البنوك و كذا تسديد المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكتروني الموجودة على مستوى بعض المتاجر والصيدليات ومحطات البنزين وغيرها .

جدول رقم 33: تطور عدد حاملي بطاقات الدفع في الجزائر بين سنة 2005 و 2010

السنوات	2005	2006	2007	2008	2010
عدد بطاقات الدفع	70000	90000	160000	225000	850000

Source : Bulletin trimestriel de SATIM, Avril 2010.

و بالرغم من جميع الجهود التي تهدف الدولة من ورائها إلى تعميم استخدام البطاقات البنكية فإنها لحد الآن لم تثير حماس المواطن، الذي لا يزال متردد على اعتماد وسائل الدفع الالكترونية.، فمثلا بريد الجزائر، التي لديه خدمات مصرفية واسعة، وضع ما يقرب من 6 ملايين بطاقة مغناطيسية،

---

[162] Le cash garde la cote en Algérie : Le paiement électronique peine à faire recette, journal El Watan, consulté le 4 -04- 2011 à 10 :32
http://aksk800.blogspot.com/2011/04/le-cash-garde-la-cote-en-algerie-le.html

استخدمت فقط 2 مليون بطاقة على 4.5 مليون بطاقة مسحوبة من مكاتب البريد أي ما يعادل 44٪. والأسوأ من ذلك، 1.3 مليون من البطاقات المطلوبة من قبل العملاء لم يتم سحبها من مكاتب البريد[163].

و تعتبر البنوك المسئولة الأولى عن بطئ التقدم في توسيع نطاق هذا النظام، فمن جهة تم تسجيل أعطاب متكررة على مستوى الموزعات اللآلية (DAB)، هذه الأعطاب راجعة إما إلى تدهور نوعية الأوراق النقدية المتداولة أو إلى أعطاب تقنية، و من جهة أخرى لم تلقى بطاقات السحب الدعاية التحسيسية و الإشهار اللازمة على مستوى الزبائن من أجل تحفيزهم على استعمالها، و بالتالي معظم الجزائريون يفضلون التعاملات النقدية.

و أمام هذه الوضعية و بالنظر إلى متطلبات الأسواق الخارجية، و لا سيما في سياق مفاوضات إنظمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية، ينبغي على الحكومة أن تواجه هذه المسألة بجدية من أجل زيادة المعاملات النقدية الالكترونية و الحد من المدفوعات النقدية، خصوصا أن نوعية الأوراق النقدية المتداولة في تدهور مستمر.

فيما يخص بطاقة فيزا التي تعتبر وسيلة سحب ودفع الكترونية، تسمح القيام بالمعاملات النقدية الالكترونية بالعملة الصعبة على مستوى أجهزة الموزعات الآلية للنقود و أجهزة الدفع الآلية (DAB و TPE) و كذلك على مستوى شبكة الانترنيت، لم تلقى تجاوب من قبل معظم البنوك الجزائرية، فقط القرض الشعبي الجزائري (CPA)، بنك التنمية المحلية (BDL) و البنك الخارجي الجزائري (BEA) الذين انظموا إلى مشروع شركة التحويلات الآلية بين البنوك SATIM لإصدار بطاقات فيزا. و بالتالي يبقى نجاح هذا المشروع مرتبط بانضمام البنوك الجزائرية فيه حسب ما صرح به مدير شركة SATIM .

فيما يتعلق بأجهزة الدفع الإلكتروني TPE، هناك حاليا نحو 3000 تاجر جزائري متوفر على هذا الجهاز[164]، و الذي يسمح للزبائن التابعين لأي بنك إمكانية دفع مصاريف مشترياتهم باستعمال

---

[163] IDEM

بطاقتهم، و لكن يبقى استعمالها جد ضيق من قبل التجار، حيث نجد هذا النوع من الأجهزة تتركز فقط على مستوى الفنادق الكبيرة، المطارات، بعض محطات الخدمات و بعض الصيدليات و كذا المتاجر الكبرى، بالرغم من أن البنوك وضعت تحت تصرف كل التجار أجهزة الدفع الآلي TPE، إلا أن هؤلاء يرفضون استخدام هذه الآلة الحديثة في معاملاتهم. و بالتالي العديد من حاملي البطاقات البنكية سواء البطاقة الكلاسيكية أو بطاقة GOLD لا يستطيعون استعمالها في أي وقت و في أي مكان.

و تعتبر البنوك غير مسئولة عن التأخر المسجل في تطوير اعتماد هذه الأجهزة الآلية، ذلك لأن التجار يرفضون التعامل بها نظرا للرسوم المفروضة عند عملية كل دفع و كذلك تخوفا و تهربا من تسوية الضرائب.

فيما يتعلق بالدفع الالكتروني عبر الانترنيت، كل الظروف و الشروط متوفرة من أجل القيام بالمدفوعات عبر شبكة الانترنيت، حيث نجد الشركة الجزائرية للطيران مستعدة للانضمام في هذا المشروع منذ فيفري 2011 من أجل بيع التذاكر على الانترنيت، و كذلك الوكالة الجزائرية للصحافة (APS) التي تريد القيام بالدفع على الانترنيت مقابل خدمات الحصول على المعلومات و الصور.

و لكن هناك مشكل يخص تحضير النص القانوني و التنظيمي لهذا المشروع و كذلك انتظار موافقة بنك الجزائر لانطلاقه، و حسب المدير العام لشركة SATIM سيتم تسوية الأمور قريبا.[165]

إن الإحصائيات المسجلة حتى نهاية 2010 فيما يخص الصيرفة الالكترونية في الجزائر تبدوا ضعيفة جدا (أنظر الجدول رقم 34) و يظهر ذلك إذا قمنا بمقارنة بين الجزائر بجيرانها المغرب و تونس من حيث تعميم الخدمات المصرفية الإلكترونية، حيث نجد المغرب متقدما بفارق كبير على البلدان المغاربية في هذا المجال. في عام 2006 ، تجاوزت المملكة المغربية 2.5 مليون بطاقة

---

[164] Le cash garde la cote en Algérie : Le paiement électronique peine à faire recette, journal El Watan, consulté le 4 -04- 2011 à 10 :32 http://aksk800.blogspot.com/2011/04/le-cash-garde-la-cote-en-algerie-le.html

[165] IDEM

فيزا، و سجلت أكثر من 55 مليون معاملة أي ما يعادل 40 مليار درهم. حيث يتركز ثلثي المتعاملين ببطاقة فيزا في منطقة أفريقيا الفرونكوفونية بالمغرب، و ذلك حسب تقرير المدير الإقليمي لمؤسسة فيزا العالمية لمنطقة شمال، غرب ووسط إفريقيا. ما بين يونيو 2006 ويونيو 2007، زادت بطاقات فيزا الصادرة عن البنوك المغربية بـ 30.64٪. و تأتي تونس في المرتبة الثانية برصيد 600000 بطاقة فيزا.

و تشهد تونس هي كذلك تطورا ملحوظا في هذا المجال ، و هي تستعد لتعميم طريقة أخرى للدفع و ذلك عبر الهاتف المحمول[166].

جدول رقم 34: مؤشرات الصيرفة الالكترونية في الجزائر حتى سنة 2010

عدد بطاقات الدفع CIB	850 000
عدد الموزعات الآلية DAB	1 300
عدد بطاقات السحب التابعة لبريد الجزائر	4 500 000
عدد أجهزة الدفع الآلي TPE	3 000
عدد عمليات المسحوبات النقدية الالكترونية اليومية	20 000

المصدر: من مراجع مختلفة مذكورة سابقا

و عموما، لا بد من تطوير الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر من خلال تطوير نظام المعلومات للبنوك، توعية و تحسيس الزبائن و التجار و كل المؤسسات الاقتصادية اتجاه فوائد الخدمات المصرفية الالكترونية، توسيع شبكة أجهزة الدفع الآلي TPE و السحب الآلي DAB و أخيرا إدخال نظام المدفوعات عن بعد أي عن طريق الانترنيت.

---

[166] Les Algérien toujour aussi réticents, Paiement électronique en Algérie 20 septembre 2010, consulté le 11-04-2011 à 11 :04,
http://bencheneb.centerblog.net/1-SYSTEME-DE-PAIEMENTS-ET-MONETIQUE-DEVELOPPEMENT-ET-MODERNISATION-Algerie

2 – واقع استعمال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في النظام المصرفي الجزائري

لا يختلف كثيرا واقع قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر عن داخل النظام المصرفي، لكنه لابد من إبراز هذه النقطة المهمة في اعتماد الصيرفة الإلكترونية .

2-1- شبكة الاتصالات الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري:

إن تطور وسائل الدفع الحديثة يرتبط أساسا بتطوير البنوك و إدارتها و لكن هذه الأخيرة غير مناسبة و غير متلائمة مع التطورات التي يشهدها القطاع المصرفي الحديث، و من بين أهم العوائق التي تقف أمام إدارة البنوك و تطور نشاطها المصرفي عدم توفرها على أنظمة معلوماتية مركزية تقوم على شبكة اتصالات الكترونية. هذا العائق الهيكلي يعرقل تطوير و تحديث القطاع المصرفي بما في ذلك تطوير العمليات المصرفية الالكترونية . لحد الآن، البنوك العمومية الجزائرية لا تملك نظام معلوماتي لإدارة البيانات في الوقت الحقيقي، حيث أن الوكالات البنكية المختلفة مستقلة عمليا من حيث تسجيل ملفات العملاء و تسجيل العمليات المصرفية عن الإدارة المركزية. و بالتالي من الصعب تطوير العمليات المصرفية الالكترونية إذا لم تتوفر البنوك العمومية على أنظمة معلوماتية مركزية.

2-2- شبكة الانترنت والنظام المصرفي الجزائري

أصبحت شبكة الانترنت اليوم مراد لعصر جديد لتوزيع المنتجات والخدمات المالية والمصرفية، فهي طريقة تساهم في تحسين أداء الخدمة المصرفية وزيادة أكبر في الكفاءة و تقليل التكاليف .

على مستوى البنوك الجزائرية يبقى استعمال شبكة الانترنيت جد محدودة و لا يتعدى بعض المواقع الخاصة بها و يمكن تلخيصها فيما يلي:

– بالنسبة لبنك الجزائر : لبنك الجزائر موقع إلكتروني على شبكة الانترنت ، له مهمة إعلامية بحتة، وهو لا يقدم الخدمات الإلكترونية ، ولا يخضع للتجديد إلا نادرًا ، فمقارنة بمواقع المصارف المركزية في العالم، يتم تجديدها في كل لحظة بالمعلومات الجديدة لا سيما في مجال التقنيات المصرفية المستعملة في النظام المصرفي لتلك البلدان، كما أن بعض المصارف المركزية تشرف

على أنظمة الدفع الإلكترونية انطلاقا من موقعها الالكتروني، لذلك لابدّ من تفعيل موقع بنك الجزائر وجعله كبقية المصارف العالمية المتطورة.

– بالنسبة للبنوك الجزائرية الأخرى: لجميع البنوك العاملة في الجزائر مواقع إلكترونية على شبكة الانترنت، وهي مواقع تعرض مجموعة من المعلومات عن كل مؤسسة مصرفية، ولا تقدم خدمات عبر الشبكة، ومعظمها لم تجدد منذ مدة، فالمصارف في الدول المتقدمة تقوم بتجديد المعلومات خلال 24 ساعة وعلى مدار جميع أيام الأسبوع، لذلك يجب على المصارف الجزائرية أن تحسن وتجدد مواقعها وتطورها وتستعملها في أداء الخدمة المصرفية.

و نقف هنا على تجربة جديرة بالذكر ، وهي ما قامت به مؤسسةّ بريد الجزائرّ في وضع شبكة وطنية وربطها بالانترنت ، فيستطيع الزبون أن يحصل على بعض الخدمات عبر شبكة الانترنت ، حيث تسمح بالإطلاع على كشف الحساب البريدي وطلب الصك البريدي بالإضافة إلى إمكانية تسديد فاتورة الهاتف النقال الخاص بفرع موبيليس عبر الحساب البريدي، كذلك تم إنشاء الموزع الصوتي الذي يحمل رقم (15.30) هذا الرقم يستعمل لطلب استعلامات حول الحسابات البريدية[167] .

2-3- استعمال الهاتف في الخدمة المصرفية:

لحد الآن لا تستعمل المصارف الجزائرية الهاتف سواء كان ثابت أو نقال لأداء الخدمات المصرفية بل حتى الاستعلام لا يقدم من خلاله، رغم أن قطاع الهاتف لاسيما النقال قد شهد تطورًا كبيرًا في الجزائر من خلال تحريره ودخول عدة شركات وطنية وأجنبية للاستثمار في الجزائر.

---

[167] سلمون زهير،عصرنة الخدمات البريدية ، مجلة ساعي البريد ، الجزائر: بريد الجزائر، رقم 09، مارس 2004، ص 04.

الفرع الخامس: البنية التحتية البشرية

إن تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر أصبح ضروريا نظرا لأهمية هذا القطاع، و أصبحت هناك الحاجة لمزيد من التخصصات المطلوبة و الضرورية لبنائه.

و تتمتع الجزائر برصيد بشري مهم لمن هم في سن العمل (15–59 سنة) يفوق نسبة 67 % من الحجم الإجمالي للسكان حتى نهاية سنة 2008 أي ما يعادل 21855000، كما أنها تتمتع بقوة عاملة متعلمة و مثقفة، فحسب تقرير CNES فإن معدل التمدرس في سنة 2008 عادل 74 % بين من هم في سن 6 و 24 سنة، منها 7379000 تلميذ على مستوى التعليم الابتدائي، المتوسط و الثانوي، و 1186000 طالب مسجل بالجامعات للسنة الدراسية 2008– 2009، أما عدد الأساتذة الجامعيين في نفس السنة الدراسية عادل 34470 أستاذ.[168]

و يعتبر قطاع التعليم في الجزائر من الأولويات الوطنية، و لذلك يتم تخصيص موارد مالية هامة لهذا القطاع، ففي السنة الدراسية 2008– 2009 تم تخصيص 16.5 % من ميزانية الدولة لهذا القطاع، أي ما يعادل 6 % من الناتج المحلي الخام.[169]

أما فيما يتعلق بالهياكل (PARC DES INFRASTRUCTURES PEDAGOGIQUE) التعليمية فيتكون من 17552 مدرسة ابتدائية، 4597 متوسطة، 1658 ثانوية، 1524 مركز تكوين و 60 جامعة.

إن نسبة هذه الهياكل عرفت ارتفاعا مقارنة بسنة 2006 بـ 195 مدرسة، 475 متوسطة، 120 ثانوية ، 80 مركز تكوين و جامعتين.[170]

انطلاقا من هذه المعطيات نلاحظ أن الدولة تهتم بهذا القطاع و سخرت له موارد مالية و بشرية هامة، لكن ماذا عن المستوى و المردودية لهذا القطاع؟ فلقد قامت منظمة UNESCO بدراسة في

---

[168] Rapport national sur le développement humain, Algérie 2008. Réalisé par le Conseil National Économique et Social CNES en coopération avec le Programme des Nations Unies pour le développement PNUD, 2009 p 27.

[169] Idem, p 29.

[170] Idem.

هذا المجال و سجلت مجموعة من النقائص تتمثل في انخفاض في مستوى المردودية و عدم التوازن بين التخصصات العلمية و الأدبية بصفة عامة.

هناك قضية أخرى اهتمت بها الجزائر في السنوات الأخيرة و هي الأمية الالكترونية، حيث ركزت على إدخال و استعمال الحاسب الآلي و الإعلام الآلي في جميع المجالات و على كل مستوى التراب الوطني، كما ركزت على التكوين في هذا المجال، حيث أن معظم الجامعات في الجزائر تحتوي على تخصصات في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بالإضافة إلى المدارس العليا و مراكز التكوين المهني المتخصصة في هذا المجال. و خلال السنة الدراسية 2008- 2009 تم إحصاء 7371 مسجل في النظام القديم في هذا المجال، بالإضافة إلى 1631 طالب مسجل في نظام LMD.

جدول رقم 35: عدد الطلبة المسجلين في التعليم العالي في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات خلال السنة الدراسية 2008- 2009 في الجزائر

Discipline	Filière « Ingéniorat »	Filière « LMD
Informatique	5.149	1.229
Electronique	1.883	288
Automatique	339	114
TOTAL	7.371	1.631

Source: Rapport national sur le développement humain, Algérie 2008. Réalisé par le Conseil National Économique et Social CNES en coopération avec le Programme des Nations Unies pour le développement PNUD, 2009.

لا بد من الإشارة كذلك إلى أن عدد الطلبة المحصلين على شهادة التعليم العالي في جميع التخصصات للسنة الدراسية 2008-2009 يقارب 120000 متخرج، منها فقط 0.76 % في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، هذا ما يعكس ضرورة إعادة تنظيم سياسة توجيه و توزيع التخصصات الجامعية حسب الاحتياجات و الإستراتيجيات الوطنية.[171]

[171] Idem, p 30.

و بالتالي مشكل الأمية الالكترونية في المجتمع الجزائري لا بد أن يأخذ بعين الاعتبار في سياسة التكوين و التعليم الوطنية، و هذا ما حاولت الحكومة القيام به من خلال اتخاذ قرار تعميم تدريس الإعلام الآلي على مستوى جميع الأطوار التعليمية ابتداء من السنة الدراسية 2009–2010.

المبحث الثاني: تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر

من خلال دراسة البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر، سجلنا مجموعة من العوائق و التحديات التي تقف أمام ظهور و تطوير مختلف تطبيقات التجارة الالكترونية على مستويات مختلفة، حيث لا بد على السلطات المعنية أن تعمل على تجاوز هذه التحديات حتى تستطيع الجزائر اللحاق بالدول الأخرى في هذا المجال، و تتمثل هذه العوائق فيما يلي:

المطلب الأول: تحديات و معوقات البنية التحتية الرقمية،القانونية و البشرية

تواجه التجارة الالكترونية العديد من التحديات و العوائق سواء على مستوى تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أو على مستوى التشريعات المناسبة والمتخصصة حول تنظيم عمل التجارة الإلكترونية أو على مستوى البنية التحتية البشرية، و تكمن هذه التحديات فيمايلي:

الفرع الأول: تحديات و معوقات البنية التحتية الرقمية

يواجه قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر عوائق و تحديات لا بد من تجاوزها و تتمثل في ما يلي:

- النقص الواضح للمؤسسات الرسمية ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و ضعف البنية المؤسسية الحكومية: ففي تونس مثلا قامت الدولة بوضع عدة وكالات و هيئات حكومية تشرف على السير الحسن لقطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات من بينها الوكالة الوطنية للانترنيت، الوكالة الوطنية للسلامة المعلوماتية و الوكالة الوطنية للترددات بالإضافة إلى الهياكل الاستشارية و التنسيقية و التي تضم اللجنة الوطنية للانترنت، المجلس الأعلى للإعلامية

والاتصالات. و لكن في الجزائر يوجد فقط اتصالات الجزائر، سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية و اللجنة الالكترونية التي يترأسها رئيس الحكومة و تظم الوزراء المعنيين.

- غياب النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في المناطق الداخلية و المناطق الجنوبية و نقص اهتمام السلطات بهذه المناطق: بحيث أنه كلما اتجهنا شرقا أو غربا فإن نسبة المشاركة في الهاتف الثابت أو الانترنيت تنقسم إلى اثنين مقارنة بالمناطق الوسطى و كلما اتجهنا نحو الجنوب الشرقي أو الغربي فإن نسبة المشاركة تتقلص و لا تتجاوز ربع نسبة المشاركة في المناطق الشمالية الوسطى؛

- ضعف انتشار تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات: حيث أن عدد مستخدمي الانترنيت و الذي يعتبر من أهم مؤشرات البنية التحتية الرقمية ضعيف جدا، لأنه هو الآخر يعتمد على عوامل عديدة منها مدى توافر الحواسيب ورخص ثمنها وصيانتها وتعليم الطلاب في المدارس ومحاربة الأمية المعلوماتية ورخص أسعار الاشتراك في الهاتف والاشتراك في الانترنيت وتوفر الهواتف والخطوط لتأمين سرعة انتقال المعلومات للاستفادة منها إضافة إلى متوسط دخل الفرد ومستوى المعيشة (القدرة الشرائية العالية للفرد)، و كل هذه العوامل تتميز بالقصور في الجزائر. و بالتالي النظر إلى واقع استخدام تكنولوجيا الاتصالات في الجزائر يكشف وجود هوة رقمية بيننا و بين البلدان التي طورت نسيج تكنولوجيا الاتصالات فيها.

- ضعف جودة الخدمات المقدمة للمواطن خاصة فيما يتعلق بشبكة الانترنيت نظرا لبطئ و ثقل الشبكة و تأخر مشروع الإنترنت ذات النطاق العريض (G3).

- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع، حيث تلعب الثقافة والمعرفة بتكنولوجيا المعلومات دورا هاما في انتشارها وتطورها على كل المستويات. ويعد مستوى ونوعية التعليم في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الالكتروني. وفي هذا الصدد تشير نتائج بعض الدراسات إلى أن انتشار الحاسبات الآلية، وبالتالي فرص الدخول في الإنترنت، في المؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها في الجزائر تعد محدودة كما أن توظيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر توظيفا ترفيهيا لا توظيفا تنمويا؛

- ضعف القدرة الشرائية للمواطنين الكفيلة بتزويدهم بالمعدات اللازمة للنفاذ إلى الشبكة العنكبوتية التي تعتبر المحرك الأساسي لتنشيط التجارة الالكترونية؛
- ضعف تجهيز المؤسسات و الإدارات بالتجهيزات التكنولوجية من حواسب و شبكات الانترنيت و عدم إدماج التكنولوجيات الحديثة فيها؛
- جهل فئة مهمة من المجتمع الجزائري لمزايا استعمال التكنولوجيات الحديثة و استخداماتها؛
- ضعف اليد العاملة المؤهلة و المتحكمة فيها، و هروب عدد هائل من خرجي الجامعات الجزائرية ذو مستوى تعليمي متميز إلى الخارج نظرا لإهمال السلطات هذه الفئة و عدم تحفيزها من أجل الاحتفاظ بها و الاستفادة من طاقاتها؛
- ضعف الإعلام فيما يخص استخدامات التكنولوجيات الحديثة من خلال المؤتمرات و المعارض و خاصة على مستوى التلفاز الذي يعتبر من أهم وسائل الإعلام في الجزائر؛
- ضعف الاستثمارات الوطنية و الدولية فى الانترنت والخدمات الرقمية، الشيء الذي يزيد من احتكار المؤسسات القليلة التي تعمل في الجزائر و بالتالي تبقى الأسعار مرتفعة نظرا لقلة المنافسة، كما أن مناخ الأعمال و الاستثمار في الجزائر حسب تقدير البنك العالمي في مؤخرة الدول في منطقة الشرق الأوسط وشمالي إفريقيا؛ حيث لا تتوفر على العناصر الضرورية التي تكفل لها استقطاب الاستثمارات وتسهيل الأعمال بفعل استفحال ظاهرة البيروقراطية والرشوة والتعقيدات الإدارية. ويكشف التقرير عن الصعوبات التي تواجه المستثمر ورجل الأعمال منذ قراره إنشاء مؤسسة أو الشروع في تجسيد مشروعه الاستثماري إلى غاية تصفية الشركة أو إنهاء المشروع. مما يبين البطء في تجسيد الإصلاحات الفعلية في الميدان، إذ لم تتغيّر المؤشرات الأساسية كثيرا بالنسبة للجزائر، خاصة بالنسبة لطول المدة التي تستغرقها كل مرحلة من المراحل أو كلفة كل خطوة من الخطوات أو عدد الوثائق التي تطلب من المستثمر ورجل الأعمال. ويتعين على أي مستثمر ورجل أعمال يرغب في الشروع في إقامة مشروع أو تجسيده في الجزائر المرور عبر العديد من الإجراءات وتوفير عدد مهم من الوثائق.

غياب المبادرات الوطنية الرامية إلى توفير أجهزة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وعلى وجه الخصوص الحاسبات، بأسعار وشروط ميسرة.

الفرع الثاني: العقبات القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر

يعتبر العامل القانوني متطلبا هاماً لتطبيق و تطوير التجارة الإلكترونية، و لكن هناك غياب للتشريعات المناسبة والمتخصصة حول تنظيم عمل التجارة الإلكترونية في الجزائر، و هذا يمثل عقبة رئيسية في وجهها، لأن هذا يعني غياب الحماية القانونية لأطراف التعامل و بالتالي نقص الثقة بالتجارة الالكترونية.

و يرجع هذا الغياب القانوني للتجارة الالكترونية لغياب إستراتيجية خاصة بالتجارة الالكترونية في الجزائر و غياب إرادة حكومية لتطبيق هذا النوع من التجارة، و بالتالي لم يلقى هذا الجانب اهتماما من قبل الدولة.

و بالتالي يبقى دور الحكومة بالغ الأهمية في إنشاء البنية القانونية السليمة لجميع المعاملات الالكترونية بما فيها التجارة الالكترونية، لأن ذلك يبقى ضرورة حتمية أمام الجزائر إذا أرادت مواكبة التطورات التي يشهدها العالم.

الفرع الثالث: المعوقات البشرية

تمثل الموارد البشرية أحد متطلبات تطبيق التجارة الالكترونية كون توفر العنصر البشري القادر على استخدام الحاسبات الآلية و تقنيات المعلومات و الاتصالات الحديثة و التعامل مع برمجيات التجارة الالكترونية و إتقان اللغات الأجنبية و خاصة اللغة الإنجليزية، و التي تعتبر لغة الانترنيت الأساسية من المحددات الأساسية لنجاح ممارسة التجارة الالكترونية.

و على الرغم مما تتمتع به الجزائر من رصيد بشري لمن هم في سن العمل (15– 59 سنة) و الذي يعادل 21855000 أي بنسبة 67 % من الحجم الإجمالي للسكان حتى نهاية سنة 2008

[172]، و مع تزايد الإنفاق على التعليم 6 % كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي، فإنه توجد الكثير من المعوقات التي تواجه الموارد البشرية لتطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر و من أهمها:

1 – مستويات الأمية لا تزال عالية حيث تصل في الفئة العمرية (15– 64) إلى أكثر من 27.2 % من عدد السكان؛

2 – انحصار أنشطة و اهتمامات تنمية الموارد البشرية في عملية التدريب بشكلها التقليدي و الذي يفتقد معظم أساسيات التدريب الفعال، و حصر مفهوم تنمية الموارد البشرية في أعمال التدريب التلقيني، و عدم الاستفادة بتقنيات التدريب الحديثة باستخدام الحاسب الآلي و الوسائط المتعددة؛

3 – الابتعاد عن الجامعات و المدارس العليا و عدم التفاعل معها بالقدر الكافي لتوضيح احتياجات المؤسسات و الهيئات من الموارد البشرية ذات الخصائص و المميزات المناسبة لمتطلباتها؛

4 –انخفاض محسوس في نسبة الشهادات في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و التي لا تتجاوز 0.76 % من مجموع الشهادات الجامعية؛

5– نقص في الإستراتيجيات و السياسات الواضحة و المعلنة و غياب المراجع والمناهج العلمية والتربوية التي تساعد على نشر ثقافة التكنولوجيات الحديثة؛

– 6– غياب تخصصات جامعية في مجال التجارة الالكترونية و حتى غياب مقاييس في التجارة الالكترونية، بالرغم من أن معظم الدول أصبحت لديها جامعات تتخصص في التجارة الالكترونية كما هو الحال في تونس، حيث تم إنشاء مدرسة عليا في التجارة الالكترونية.

[172] Rapport national sur le développement humain, Algérie 2008. Réalisé par le Conseil National Économique et Social CNES en coopération avec le Programme des Nations Unies pour le développement PNUD, 2009 p 27.

المطلب الثاني: التحديات و العوائق التي يواجهها مشروع الحكومة الالكترونية

بصفة عامة يمكن تلخيص العوائق التي تقف أمام تطور مشروع الحكومة الالكترونية في الجزائر فيما يلي:

- غياب أنظمة متكاملة بين الإدارات المختلفة نتيجة لاقتناء المعدات والبرمجيات بشكل منفصل؛
- استخدام أدوات المنظمة دون تغيير ؛
- عدم كفاية الموارد البشرية من حيث الكمية والنوعية؛
- عدم كفاية والتكلفة العالية للتدريب على مستوى عال؛
- القصور في تجديد معدات الكمبيوتر ؛
- ارتفاع تكلفة تراخيص البرامج الجاهزة؛
- عدم وجود بنية تحتية عريضة النطاق يمكن الاعتماد عليها؛
- غياب صناعة المحتوى؛
- الثمن الباهظ للتجهيزات التكنولوجية بالمقارنة مع الدخل المتوسط للأشخاص؛
- غياب مصالح عامة تقدم خدمات للحصول على معلومات متخصصة.

إضافة إلى هذا و إلى بعض العوامل المادية الأخرى، يجب الإشارة إلى العجز الثقافي في مجال استعمال التكنولوجيات و المعلومات في النشاطات المهنية و حتى المتعلقة بالحياة الخاصة للأفراد.

المطلب الثالث: العوائق المصرفية في الجزائر

رغم انقضاء عدة سنوات على شروع السلطات الجزائرية في تعميم التعاملات المالية الالكترونية على مستوى مختلف مرافقها المالية ومصالحها التجارية، إلاّ أنّ التجربة لا تزال متعثرة، لاعتبارات متداخلة، وإذا كانت السلطات تبدي تفاؤلا بتكريس الشيك الإلكتروني أو البطاقة المغناطيسية، إلا أنّ قطاعا واسعا من المتعاملين المحليين وكذا المواطنين لا يتعاطون بحماس مع هذه الصيغة في استخراج أموالهم.

وإذا كانت مزايا وسائل الدفع الحديثة لا تحتاج إلى تأكيد حسب الأخصائيين فإنه يعتقد أن هناك عمل كبير يجب القيام به في مجال الاتصال في ظل عدم امتلاك الجزائريين ثقافة التعامل بالبطاقات الالكترونية، في وقت لا تزال الطوابير الطويلة والوقت الضائع في مؤسسات الصرف المختلفة، كما أنّ معظم المؤسسات الكبرى ما تزال تتعامل بالشيكات من باب الضمان، رغم أنّ البطاقات الالكترونية أكثر أمانا 10 مرات من الشيكات، لكن وكالات بيع السيارات على سبيل المثال لا الحصر، تفضل التعامل مع زبائنها وفق طريقة الشيكات البنكية لتفادي أي تزوير على حد تصورها.

و يمكن تلخيص أهم العوائق التي تقف أمام تطور وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر فيما يلي:

- ضعف القطاع المصرفي بصفة عامة و رداءة الخدمات المقدمة للزبائن هذا ما جعل العديد من الجزائريين يبتعدون عن التعاملات المصرفية و يفضلون تسوية معاملاتهم المالية خارج القطاع البنكي، هذا ما جعل أن نسبة كبيرة من السيولة يتم تداولها خارج البنوك.

- غياب ثقافة مصرفية في المجتمع، و انعدام ثقته اتجاه النظام الحديث بالإعلام الآلي و الاتصال، فهو لا يتعامل مثلا بالشيك المصرفي إلا نادرا، و يرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى ضعف المستوى التعليمي و الثقافي، بحيث أن نسبة الأمية في الجزائر تعادل 28 % من حجم السكان، بالإضافة إلى ضعف التحكم في الوسائل الالكترونية مثل الحاسوب من قبل نسبة كبيرة من السكان (بما فيهم الأميين و غير الأميين). و بالتالي لا يزال استخدام البطاقات المصرفية الالكترونية محدود جدا في الجزائر[173].

---

[173] بن عزة محمد أمين، زوهري جليلة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكترونية، دراسة حالة البنك الجزائري للتنمية الريفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011.

- ضعف كفاءة العنصر البشري على مستوى البنوك الجزائرية و عدم قدرته على استخدام الأساليب و الأدوات المتطورة مما أثر على طريقة تسيير هذه البنوك في ظل عدم وجود برامج جادة للتدريب و التطوير و يتجلى ذلك في تخصيص عدد هام من الإطارات لوظائف الدعم أي الوسائل العامة و المحاسبة و الأمانة على حساب الوظائف العملياتية في العلاقة مع الزبائن و تسيير وسائل الدفع مع غياب بعض الوظائف الإستراتيجية الأساسية التي تمكن البنك التأقلم مع مستجدات المحيط كدراسة متطلبات السوق، رقابة التسيير بالإضافة إلى وجود عدد كبير من العمال لم يتلقو تكوينا تقنيا معمقا، بل مجرد تكوين ميداني لا يكفي عادة لممارسة الوظائف البنكية و المسؤوليات المسندة إليهم؛[174]

- الأعطاب المستمرة التي واجهها العديد من المواطنين عند القيام بعملية السحب الآلي للنقود، و التي يرجعها المسئولين إلى شبكة الهاتف.

- عدم وضوح البيئة القانونية و التشريعية للمعاملات الالكترونية في الجزائر؛

- عدم وجود تواصل الكتروني بين البنوك الجزائرية؛

- الميول للحرية و الإحجام عن إظهار أي معلومات حول وضعية الزبون المالية أمام الناس في الشارع.

- ارتفاع نسبة البطالة في الجزائر و التي تفوق 10.2%[175]، مع الأخذ بعين الاعتبار التشغيل بالعقود محدودة الفترة، و التي تمثل عائق أمام تطور وسائل الدفع الالكترونية، علما أن بطاقات Classiques CIB و GOLD مثلا لا تمنح إلا لأصحاب الدخول الثابتة.

---

[174] بن باير الحبيب، بن كاملة محمد عبد العزيز، عصرنة وسائل الدفع، مدخل لتطوير الأداء و الفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011.

[175] La vérité sur le taux de chômage en Algérie, mardi 15 février 2011, consulté le 26 -04-2011 à 15 :24 http://www.algerie-dz.com/article19208.html

المبحث الثالث: آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر

تكمن آفاق هذه الدراسة في وضع إستراتيجية وطنية للتجارة الالكترونية في الجزائر، و تهدف هذه الإستراتيجية إلى تطوير القدرات الفنية و التجارية في مجال التجارة الالكترونية و تبني هذه الأخيرة.

و كما سبق و أن ذكرنا من قبل، فإن التجارة الالكترونية مهمة بسبب الفوائد التي تعود بها على الأفراد و المؤسسات و الاقتصاد بشكل عام، و ذلك من خلال خفض التكاليف، تحسين الكفاءة، خفض أسعار السلع و الخدمات و جعل الأسواق أكثر تنافسية. كما تسمح التجارة الالكترونية للمؤسسات و الأفراد بالشراء على نطاق واسع و توفر لهم خيارات متعددة إضافية و تسمح كذلك للمؤسسات التجارية بالبيع في أسواق جغرافية جديدة، و عليه يستفيد الاقتصاد الجزائري بشكل عام من التجارة الالكترونية من خلال زيادة الكفاءة و تخفيض الأسعار و يستفيد أيضا من الاستثمار في مجال التجارة الالكترونية، و سيتيح هذا الأخير المجال لشركات تكنولوجيا المعلومات في الجزائر أن تكتسب خبرة فنية و تجارية تميزها أسواق التصدير في مجال خدمات تكنولوجيا المعلومات و سوف يؤدي تحسين الكفاءة و تخفيض التكاليف إلى زيادة بسيطة في نمو الاقتصاد و تحقيق فرص توظيف إضافية أولا في قطاع تكنولوجيا المعلومات و لاحقا في قطاعات أخرى.

و بالتالي أصبح من الضروري تحديد و تنفيذ رؤية مستقبلية لجعل الاقتصاد الرقمي بصفة عامة و التجارة الالكترونية بصفة خاصة يؤثران في النمو الاقتصادي و يشكلان اقتصادا بديلا للموارد النفطية.

إن إستراتيجية التجارة الالكترونية واسعة المجال إذ تشمل مجالات عديدة و لها معطيات تتعلق بالتكنولوجيا، القانون، المالية، التعليم، الجمارك، الضرائب و غيرها من المجالات الأخرى.

و من خلال هذا المبحث سنحاول إسقاط الدراسة النظرية المتعلقة بمتطلبات إستراتيجية التجارة الالكترونية في الدول النامية على حالة الجزائر محاولة بذلك رسم إستراتيجية التجارة الالكترونية بما تتماشى مع المعطيات و الإمكانيات المتوفرة في بلادنا و محاولة تخطي التحديات و العقبات التي

تقف أمامها، و بالاعتماد كذلك على تجارب دولية سابقة (تم التطرق لها في الفصل الثاني) و الاستفادة منها.

المطلب الأول: الإطار العام لإستراتيجية التجارة الالكترونية في الجزائر

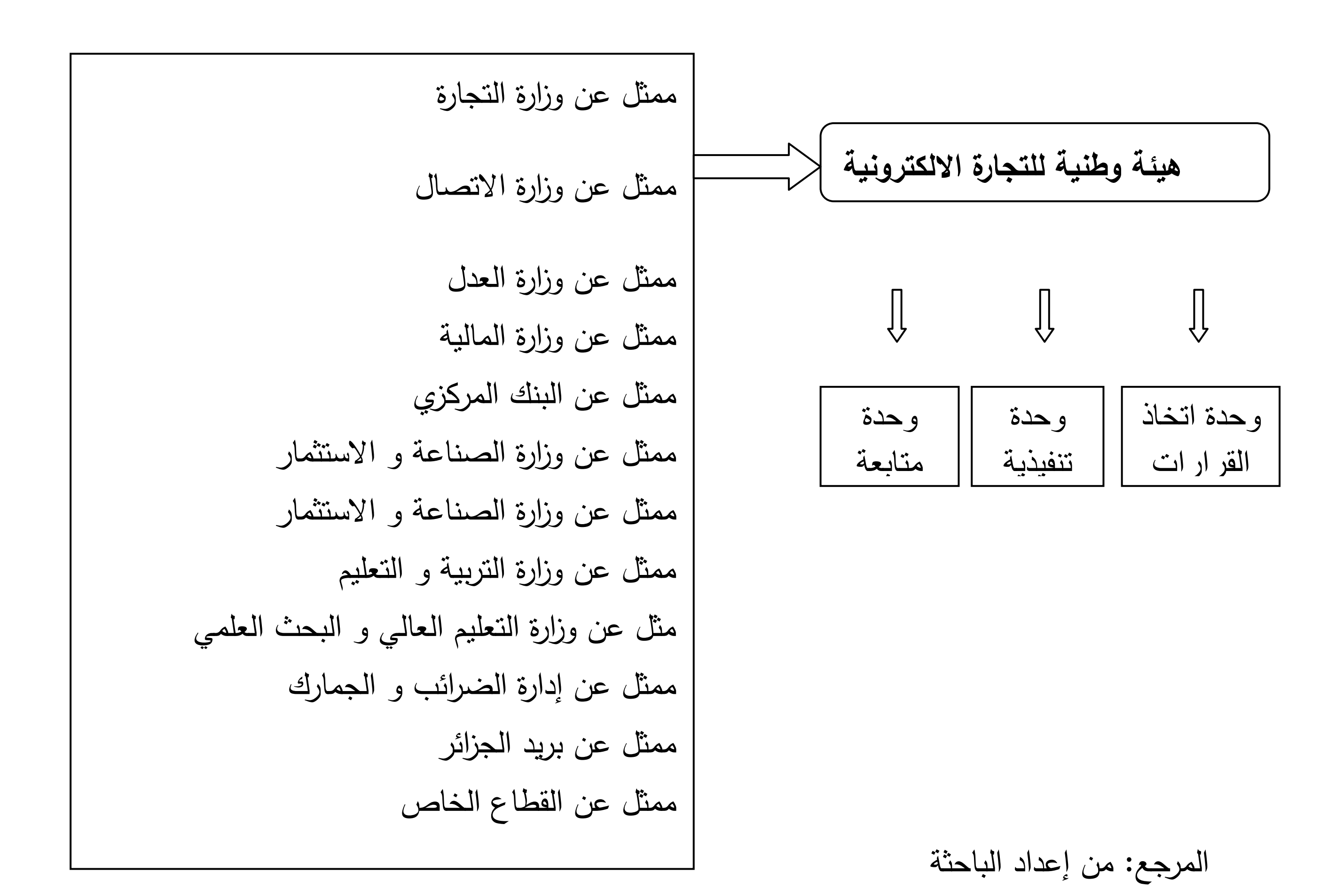
تحدد إستراتيجية التجارة الالكترونية رؤية واضحة لتطوير التجارة الالكترونية، من خلالها يجب التغلب على المصاعب و نقاط الضعف التي تعيق ظهور و تطوير التجارة الالكترونية في الوقت الحاضر و استغلال الفرص المتاحة.

و لكن من أجل تنفيذ و نجاح هذه الإستراتيجية لا بد من وجود إرادة حكومية قوية لتطبيقها، و لحد الآن لم تبدي الحكومة الجزائرية اهتمامها بمجال التجارة الالكترونية أو حتى اهتماما ببعض متطلباتها الضرورية مثل الجانب القانوني، ثقافة المجتمع الجزائري اتجاه تكنولوجيا المعلومات، الصيرفة الالكترونية، المجال الوحيد الذي اهتمت به في السنوات الأخيرة هو مجال تكنولوجيا المعلومات و الحكومة الالكترونية، و حتى هذا الأخير لم يعرف انطلاقا ملحوظا.

و يمكن تفسير ضعف اهتمام الحكومة الجزائرية اتجاه مشروع التجارة الالكترونية لبساطة الأثر الاقتصادي الذي يمكن تحقيقه من خلال تطبيق التجارة الالكترونية، أي أنه سيحقق زيادة بسيطة في النشاط الاقتصادي مع احتمال وجود نتائج ايجابية متعلقة بخلق فرص عمل جديدة لا سيما في قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات. و لكن هذه رؤية قصيرة المدى، فإذا أرادت الجزائر النهوض باقتصادها، تطوير إنتاجها و توجيهه للتصدير و البحث عن موارد مالية بديلة للموارد النفطية، فلا بد من تحقيق مشروع التجارة الالكترونية و اللحاق بالدول الأخرى في هذا المجال و ذلك من خلال رسم إستراتيجية ذات رؤية مستقبلية بعيدة المدى، خاصة و أن التجارة الالكترونية فرضت نفسها في الساحة العالمية و يمكن عن قريب أن تأخذ مكانة التجارة التقليدية.

و تمس إستراتيجية التجارة الالكترونية قطاعات مختلفة حسب المتطلبات التي تقوم عليها و الشكل البياني رقم 23 يوضح الجهات المسؤولة عن وضع و تنفيذ إستراتيجية التجارة الالكترونية.

الشكل البياني رقم 16: الجهات المسؤولة عن وضع و تنفيذ إستراتيجية التجارة الالكترونية



المرجع: من إعداد الباحثة

و يعتبر تدخل الدولة مهما في بعض القضايا مثل تلك المتعلقة بالضرائب، البنية التحتية، حماية الملكية الفكرية و الحفاظ على المنافسة. إن تنفيذ إستراتيجية التجارة الالكترونية و توفير متطلباتها يكون على المستوى الحكومي، من خلال تعيين سلطة مسئولة عن التنسيق و التنفيذ، تضم ممثلين عن جميع القطاعات ذات العلاقة، كما أن القرارات المتخذة بشأن الإستراتيجية الوطنية للتجارة الالكترونية لا بد أن تتخذ على أعلى مستوى سياسي، و يتطلب ذلك إرادة سياسية قوية لضمان نشر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و كذا التجارة الالكترونية في البلد.[176]

[176] Rapport sur le commerce électronique et le développement , 2003, Établi par le Secrétariat de la CNUCED, Nations Unies, New York et Genève, 2003, consulté le http://www.unctad.org/ecommerce

المطلب الثاني: المبادئ التي تقوم عليها إستراتيجية التجارة الالكترونية

- إن تنفيذ هذه الإستراتيجية ونجاحها أمران لا يمكن ضمانهما دون توافر التأييد اللازم من السلطات الحكومية الجزائرية باعتبار امتلاكها القدرة على الدفع بها، وتذليل العقبات التي قد تواجهها. كما أن تنفيذ هذه الإستراتيجية ليس منوطا بالحكومة وحدها بل يتعين على سائر أصحاب المصلحة من مؤسسات القطاع العام، القطاع الخاص، المجتمع المدني و كذا المنظمات الإقليمية و الدولية المنتشرة في العالم التقدم للمساهمة بأدوارها.
- يجب تدعيم هذه الإستراتيجية بخطة تمويلية سليمة توضح مصادر التمويل الداخلي والخارجي كما يجب توفير الدعم المالي اللازم لتنفذ بنود ومحاور هذه الإستراتيجية، و نعلم أن الجزائر في وضع مالي لا بأس به نظرا لارتفاع احتياطاتها بالعملة الصعبة. مع الأخذ بعين الاعتبار رأس مال القطاع الخاص الذي يمثل مصدر هام للاستثمار في قطاع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ولكن يجب خلق الظروف السليمة لجذب هذا التمويل وتهيئة بيئة داعمة للأعمال التجارية.
- يجب وضع هيئة على أعلى مستوى تمتلك السلطة الكافية التي تمكنها من وضع، تنفيذ، و متابعة هذه الإستراتيجية، تكون قادرة على قياس الأداء و على التدخل بالتوجيه و على اقتراح الحلول للمشكلات التي قد تعترض عمليات تنفيذ هذه الإستراتيجية.
- تقوم إستراتيجية التجارة الالكترونية على رؤية مستقبلية بعيدة المدى، تعتمد على استراتيجيات و تجارب دولية سابقة.
- يجب أن تستجيب السياسات الحكومية بمرونة للتطورات السريعة في البيئة التكنولوجية.
- يجب أن تمثل الحكومة نموذجا في تطبيق التجارة الالكترونية، و ذلك من خلال تطبيقها لبرنامج الحكومة الالكترونية.
- لا بد من التفاعل مع المجتمع الدولي و المنظمات الدولية، حيث تلعب هذه الأخيرة دورا هاما في نقل التجارب الناجحة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بين الدول المتشابهة ببنيتها

الاقتصادية والاجتماعية، كما تساهم في توفير الدعم الفني والمالي ، وتسهل نقل التكنولوجيا من الدول المتقدمة إلى الدول النامية، وهي تنفذ كذلك بعض المبادرات والمشاريع تنفيذاً كاملاً أو جزئيا. و يوجد العديد من المنظمات الإقليمية والدولية المهتمة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومن المهم خلق روابط قوية مع هذه المنظمات ومن أهمها جامعة الدول العربية، و"البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة"، وبصفة خاصة "البرنامج الإقليمي لتقنيات المعلومات بالمنطقة العربية: اقتدار"، واللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب أسيا (الإسكوا)، واللجنة الاقتصادية لإفريقيا (الإيكا)؛ واليونسكو؛ والاتحاد الدولي للاتصالات.

المطلب الثالث: مضمون إستراتيجية التجارة الالكترونية في الجزائر

تتضمن هذه الإستراتيجية مجموعة من المحاور الرئيسية، يقترح في كل واحد منها حلول لمواجهة التحديات التي تقف أمام تنفيذها علما أنه تم تحديد هذه التحديات في الفقرات السابقة.

الفرع الأول: تحسين البنية التحتية الرقمية

يجب على السلطات الجزائرية بذل الجهود لتهيئة بنية تحتية سليمة تمكن القائمين عليها و كذلك المتخصصين و الخبراء و المهنيين و مدراء الأعمال و غيرهم من الجهات ذات العلاقة من تنفيذ هذه التطبيقات و تعزيزها[177]، و ذلك حسب الظروف الوطنية، يسهل النفاذ إليها **بتكلفة معقولة لجميع الفئات** في المجتمع. كما يجب الاهتمام **بتوفير خدمات النطاق العريض** لتسهيل الوصول إلى التكنولوجيات المبتكرة كلما أمكن. لذا يتعين الاهتمام بعدد من المحاور الفرعية التي تساعد على توفير البنية التحتية المنشودة ومن بينها:

أ – رفع الاستثمار لتحديث و توسيع البنية التحتية الرقمية:

ينبغي على الحكومة الجزائرية أن تتخذ إجراءات من أجل زيادة الاستثمارات الوطنية و الأجنبية من خلال خلق بيئة تمكينية وتنافسية للاستثمار الضروري للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

---

[177] محمد عبد حسين الطاني، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، عمان: دار الثقافة، 2010، ص 105.

والاتصالات و ذلك من خلال تبسيط الإجراءات الإدارية وتعديل قوانين الاستثمار و زيادة مستوى الدعم الحكومي في مجال الضرائب و الرسوم على منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتشجيع الشركات الأجنبية على الاستثمار في هذا قطاع وتدعيم وتحديث قيام صناعة جزائرية في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات *من خلال* تضافر الاستثمارات الحكومية مع استثمارات القطاع الخاص، حيث أن التجارة الالكترونية تتطلب اقتصادا متطورا و متنوعا، متماشيا مع الاقتصاد العالمي من أجل القيام بالتصدير و الاستيراد في مختلف المنتجات و بوسائل الكترونية. و تشكل صناعة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات أحد مصادر التقدم وتعتبر من الصناعات التي تساهم في زيادة الدخل الوطني في كثير من الدول المتقدمة والنامية مثل كوستاريكا و الهند، و تعتبر تجربة هذه الأخيرة من التجارب الرائدة في هذا المجال، وتشمل هذه الصناعة تقديم خدمات الاتصالات والمعلومات وصناعة المعدات والأجهزة والبرمجيات والمحتوى.

كما ينبغي فتح هذا القطاع إلى عدة مستثمرين محليين أو أجانب و القضاء على مشكل الاحتكار خاصة فيما يتعلق بالهاتف الثابت و الانترنيت و ذلك بهدف رفع عدد مستخدمين الانترنيت، خفض الأسعار و تحسين الجودة. مثل ما قامت به دولة استونيا و التي فتحت سوق الاتصالات في بداية التسعينات و أدى ذلك إلى ارتفاع سريع لعدد المشتركين في الهاتف الثابت و المحمول و انخفاض الأسعار و توسع مستدام في قطاع الاتصالات.

ب- زيادة عدد المشتركين في خطوط الهاتف الثابت و في شبكة الإنترنت:

يجب وضع خطط بهدف رفع معدل انتشار خطوط الهاتف الثابت و انتشار استخدام شبكة الإنترنت علما أن عدد خطوط الهاتف الثابت في الجزائر بالنسبة لكل 100 مواطن لا تفوق 7 خطوط، بينما وصلت في البلدان المتقدمة إلى 90 خطا لكل 100 مواطن.[178]

و ذلك من خلال خفض تكاليف الاتصال بما يتماشى مع متوسط الدخل الشهري للجزائريين.

[178] تكنولوجيا المعلومات في الجزائر، شبكة الصحافة العربية، المطلع عليها في 28 أكتوبر 2008 على الساعة 07:04 http://www.akhbar-libya.com/index.php?option=com_content&task=view&id=12418&Itemid=98

ج– تحقيق النفاذ الشامل لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات:

ينبغي بذل الجهود لاستخدام التقنيات الحديثة والملائمة لتوصيل شبكات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتغطى المناطق النائية و المهمشة، و يمكن إعطاء الأولوية للتوصيل المشترك للانترنيت بدلا من ربط جميع الأسر لأن ذلك يتطلب استثمارات و مبالغ كبيرة. فمثلا يمكن توسيع استعمال الانترنيت من خلال وضع نقاط نفاذ عمومية متعددة الأغراض، تتيح النفاذ مجانا أو بأسعار معقولة للجمهور إلى مختلف تطبيقات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وخصوصا الإنترنت.[179] وينبغي أن تتمتع هذه النقاط بالكوادر البشرية المؤهلة و اللازمة لتقديم العون إلى المستعملين مع الاهتمام على وجه الخصوص بالمناطق غير الحضرية والريفية والفقيرة أو المهمشة.

و كذلك السعي في سياق الإستراتيجيات الوطنية إلى زيادة توصيل شبكات الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات لجميع المدارس والجامعات ومؤسسات البحث العلمي والمكتبات ومكاتب البريد ومراكز التجمع والمؤسسات الأخرى المفتوحة أمام الجمهور.هذا ما قامت به العديد من الدول مثل كوستاريكا، الهند و مصر(انظر الفصل الثاني)، و التي نجحت في زيادة انتشار تكنولوجيا المعلومات على مستوى المناطق النائية و بالتالي يمكن للجزائر الاستفادة من هذه التجارب لوضع إستراتيجيتها.

د – توفير أجهزة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بأسعار وشروط ميسرة:

يجب دعم المبادرات الوطنية الرامية إلى توفير أجهزة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ومنها بالطبع الحاسبات، بأسعار وشروط ميسرة لتيسير النفاذ إلى المعلومات والمعرفة من خلال تخفيض الرسوم الجمركية على التكنولوجيا المعلوماتية المستوردة، و إعادة بعث عملية "أسرتك" من خلال توفير الحواسيب الفردية و خطوط التوصيل ذات التدفق السريع.

---

[179] Rapport sur le commerce électronique et le développement , 2003, Établi par le Secrétariat de la CNUCED, Nations Unies, New York et Genève, 2003, consulté le 20-08-2011 à 17 :42 http://www.unctad.org/ecommerce

هـ- تخفيض تكلفة الاتصالات ونقل المعلومات للمواطنين:

لا بد من وضع التدابير اللازمة بهدف تخفيض تكلفة نقل المعلومات للمستخدمين من هاتف ثابت، المحمول و شبكة الانترنيت لتكون في متناول الغالبية العظمى من المواطنين الجزائريين.

الفرع الثاني: تكوين الموارد البشرية و بناء الثقافة الالكترونية في المجتمع الجزائري

يجب إرفاق تعزيز البنى التحتية و تعميم النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بإجراءات ملموسة في مجال التكوين و تطوير الكفاءات البشرية من أجل تعميم استعمال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و ضمان تملكها على جميع المستويات، و من ثم فإن إعداد و تنفيذ خطط مكثفة و عاجلة للتنمية البشرية في التعليم و التأهيل و التدريب على التقنيات المتقدمة يعد أساسا لا غنى عنه لإنجاح هذه الإستراتيجية[180]، و بالتالي ينبغي أن يتاح لكل شخص فرصة لاكتساب المهارات والمعارف اللازمة للاندماج في مجتمع المعلومات والاستفادة الكاملة منه. وتتطلب هذه العملية تضافر جهود كل الأطراف المعنية من الحكومات والقطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني لتدريب الموارد البشرية وتأهيلها، مع أهمية استمرارية هذه العملية بسبب تطور التكنولوجيا الدائم والازدياد السكاني المستمر والحاجة الدائمة إلى تدريب الأجيال المتعاقبة على التكنولوجيات الجديدة، واتخاذ التدابير والإجراءات المناسبة فى هذا الصدد بما فى ذلك:[181]

---

[180] أمير فرج يوسف، التجارة الالكترونية، الإسكندرية: دار المطبوعات الجامعية، 2008، ص 201.

[181] الإستراتيجية العربية للاتصالات والمعلومات، بناء مجتمع المعلومات، 2007- 2015، المطلع عليه في 16 أوت 2009 على الساعة 11:17

http://www.aticm.org.eg/admin/Farek_pal/ARABSTARATEGY -incl%20all%20Comments.doc -DRAFT4-281106

أ- إدخال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في كل الأطوار التعليمية.

يجب توفير مجتمع معلوماتي و ذلك من خلال إدماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في التعليم والتدريب على جميع المستويات التعليمية وتطوير المناهج الدراسية وتدريب المعلمين على استثمار هذه التكنولوجيا.

ب- دعم المتميزين في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

مساندة الأشخاص المتميزين في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، سواء في القطاع الخاص أو القطاع الحكومي أو الجماعات الخاصة من أجل الاستفادة من خبراتهم و إمكانياتهم.

ج- مبادرات محو الأمية الإلكترونية للجميع

لا بد من تعزيز مبادرات محو الأمية الإلكترونية للجميع وذلك من خلال تنظيم دورات للموظفين والأفراد بمختلف فئاتهم.

د- التعليم والتدريب في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات و كذا مختلف تطبيقات التجارة الالكترونية

- لا بد من إعادة تنظيم سياسة توجيه و توزيع التخصصات الجامعية حسب الاحتياجات و الإستراتيجيات الوطنية و ذلك من أجل الرفع من عدد الشهادات الجامعية في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و الاهتمام بإعداد وتنمية مهارات المهندسين المختصين في هذا المجال لكونهم دعامة وأساس مجتمع المعرفة في المستقبل والقائمين على تطويره، علما أنه خلال السنة الدراسية 2008-2009 تم تسجيل فقط 0.76 % شهادة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات من مجموع الشهادات.[182]

- فتح كليات جديدة على مستوى الجامعات تتخصص في مجال التجارة الالكترونية و العمل بإعداد وتنمية مهارات و مختصين في مجال التجارة الالكترونية من مسيرين و مختصين في دراسة الأسواق

[182] Rapport national sur le développement humain, Algérie 2008. Réalisé par le Conseil National Économique et Social CNES en coopération avec le Programme des Nations Unies pour le développement PNUD, 2009, p 30.

و المنافسة و التقنيين و كل الموارد البشرية التي تحتاجها عملية تنفيذ التجارة الالكترونية، و البدء في تنفيذ برنامج بحوث أكاديمية في مجال التجارة الالكترونية.

– تزويد الشباب من الجنسين بالمهارات اللازمة لاستعمال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بما في ذلك القدرة على تحليل المعلومات ومعالجتها بطرق مبتكرة.

هـ– بناء الثقافة الالكترونية في المجتمع الجزائري

من أجل بناء ثقافة إلكترونية في الجزائر، لا بد:

- على الهيئة الوطنية للتجارة الالكترونية (الهيئة المفترضة) أن تنظم حملات ترويجية بهدف التعريف بمفهوم التجارة الالكترونية للمجتمع و المؤسسات و تحسيسهم اتجاه مزاياها و كيفية التعامل بها.
- محاولة كسب مجموعة من المؤسسات المؤيدة، بحيث تكون من بين أهم المؤسسات في الجزائر و تكون ذوي قدرة في التأثير على الآخرين، ليدافعون عن تطبيقات التجارة الالكترونية، و ذلك كشكل من أشكال الدعاية.

الفرع الثالث: بناء الثقة والأمن في استعمال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات و القيام بعمليات التجارة الالكترونية

بناء الثقة يمثل عنصرا أساسيا لتحقيق المنافع الاقتصادية و الاجتماعية للتجارة الالكترونية، و لذلك يجب العمل على صياغة و سن قوانين تنظم الحقل التجاري الالكتروني بما لا يتعارض مع مبادئ و أخلاقيات المجتمع الجزائري و الشريعة الإسلامية و ذلك بالاستناد على النماذج التشريعية القائمة لدى الكثير من الدول، ولا بد أن يكون التشريع قابل للتعديل لملائمته مع واقع الجزائر على المدى البعيد و المتوسط، و تشمل هذه العملية ما يلي:[183]

– تعديل القانون التجاري: لا بد من تعديل القانون التجاري ليشمل باب خاص بالتجارة الالكترونية و يتضمن المبادئ العامة للتجارة الالكترونية، موضحا نطاق تطبيق القانون و تعريف المصطلحات

[183] نصر الدين سمار، إلياس بن سياسي، "محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر"، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، 15-16-17 مارس 2004، جامعة ورقلة، الجزائر.

الخاصة بالتجارة الالكترونية، و تعداد و بيان لأهم عقود التجارة الالكترونية مع تنظيمه لأحكامها بالنصوص المفسرة و المكملة.

- تعديل القانون المدني: تعديل القانون المدني لينظم مسائل التعاقد بين الأطراف في التجارة الالكترونية، خاصة فيما يتصل بالإيجاب و القبول عبر الوسائل الالكترونية و المعلوماتية و شبكات الاتصال عن بعد.

- تعديل قانون الإثبات: تعديل قانون الإثبات في المواد التجارية و المدنية ليعتمد التوقيع الرقمي و الاعتراف بالرسائل الالكترونية و قبول الدليل الالكتروني، و أساليب الاحتفاظ بالبيانات الخاصة بالتعاملات الالكترونية.

- تعديل القوانين المتصلة بالشهر و التوثيق: تعديل القوانين المتصلة بالشهر و التوثيق لتتلاءم مع التعاملات الالكترونية، و يمكن تطوير مصلحة الشهر العقاري و التوثيق لتصبح الجهة المؤتمنة على حفظ الوثائق الالكترونية و اعتمادها.

- تعديل التشريعات المنظمة للملكية الفكرية و تلك المنظمة للنقود و البنوك الالكترونية.

- تعديل التشريعات المنظمة للمعلوماتية و الاتصالات: و ذلك لحماية المتعاملين في مسائل التجارة الالكترونية تأكيدا على حماية الحق في الخصوصية، بالإضافة إلى تنظيم مسائل و وسائل التشفير، و تحديد مسئوليات الأفراد و الأشخاص القائمين على إدارة البيانات و المعلومات و الاتصالات.

- استحداث التشريعات الخاصة بحماية المستهلك: يجب استحداث التشريعات الخاصة بحماية المستهلك في إطار التجارة الالكترونية، و تعديل قانون العقوبات و الإجراءات الجنائية الخاصة بعمليات الغش و الاحتيال و القرصنة، مع توضيح أساليب جمع الأدلة الجنائية في الجرائم المعلوماتية.[184]

---

[184] بوالفون هارون، التجارة الالكترونية و ضرورة اعتمادها في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة بن يوسف بن خذة، كلية العلوم الاقتصادية، 2008-2009، ص 146-147.

– وضع القوانين المتعلقة بالتوقيع الالكتروني، وتحديد جهة تقوم بدور سلطة التصديق الإلكتروني[185] مثل ما قامت به تونس من خلال إنشاء الوكالة الوطنية للمصادقة الالكترونية و التي تعتبر من أهم الآليات الإستراتيجية التي تم إحداثها لتطوير ميادين المبادلات التجارية الالكترونية و التشفير.

الفرع الرابع: إتمام مشروع الحكومة الإلكترونية

– لا بد من وضع القواعد والخطط اللازمة على المستوى الوطني لجعل الخدمات الحكومية الإلكترونية في متناول الجمهور بكفاءة أفضل وبتكلفة وجهد أقل.

– دعم وتنسيق الجهود على المستوى الوطني واستفادة كافة القطاعات من خلال تبادل الخبرات والتطبيقات الناجحة وتحسين الجهود الرامية للارتقاء بالأداء الحكومي إلكترونيا.

– زيادة الاهتمام بالتوعية و الدعاية الكافية عبر مختلف وسائل الاتصال خاصة التلفاز و الراديو لتطبيقات الحكومة الإلكترونية وبناء المواطن القادر على التعامل مع الحكومة الإلكترونية و بالتالي بناء مجتمع معلوماتي جزائري، و ذلك من خلال إجبار المواطن الجزائري على التعامل بالوسائل الالكترونية مثل الحاسب و الانترنيت من أجل دفع مثلا فاتورة الهاتف أو الكهرباء و الغاز، أو القيام بعمليات الحجز للطائرة، و غيرها من التعاملات و ذلك بالتعاون طبعا مع البنوك و البريد من أجل توفير وسائل الدفع الالكترونية، و بهذه الطريقة يعتاد المواطن على التعاملات الالكترونية و ينقص تخوفهم و تزداد ثقتهم اتجاه هذه التعاملات. و بذلك تكون الحكومة قامت بخطوة كبيرة في عملية التوعية و الدعاية.

الفرع الخامس: توجيه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الالكترونية

إن المؤسسات الجزائرية بمختلف نشاطاتها و أحجامها لا تزال غير مستعدة لتطبيق التجارة الالكترونية، و لذلك يلزم مساندة ودعم و تثقيف المؤسسات التي تعمل في كافة القطاعات بجميع أحجامها من أجل الاستفادة من تطبيقات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات و بعدها الاستفادة من

[185] زياد خليف شداخ العنزي، المشكلات القانونية لعقود التجارة الالكترونية من حيث الاثبات و تحديد مكان و زمان العقد، عمان: دار وائل للنشر و التوزيع، 2010، ص 76.

مختلف تطبيقات التجارة الالكترونية التي تساعدها على إدارة أعمالها وتحسين إنتاجيتها ورفع أداء أعمالها بكفاءة وفاعلية، حيث أن الكثير من المؤسسات الجزائرية تملك وسائل تكنولوجيا المعلومات و الكثير منها لها موقع الكتروني و كتالوج خاص بها و تستعمل الانترنيت يوميا في نشاطها، و لكن يبقى هذا الاستعمال سطحيا، حيث أنه في الدول المتطورة بنفس الوسائل يمكنها أن تستغل هذه الوسائل الالكترونية من أجل القيام بصفقات و اقتحام الأسواق في مختلف أنحاء العالم و تحقق بذلك أرباحا. و لذلك يجب:

- زيادة توعية المؤسسات الجزائرية بفوائد و أهمية التجارة الالكترونية، رفع ثقتهم اتجاهها من خلال توفير بيئة مناسبة لتطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر و خاصة وضع القوانين اللازمة لحمايتهم؛
- إعداد ندوات و ملتقيات و حلقات تدريب خاصة باحتياجات المؤسسات، خاصة فيما يخص استعمالات وسائل تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات؛
- يجب دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم ومساعدتها على فتح أسواق لها عالميا. [186]

الفرع السادس: تحديث القطاع المصرفي و وسائل الدفع الالكترونية

من أجل دفع عجلة التجارة الالكترونية في الجزائر لا بد من تحديث القطاع المصرفي الجزائري و تطوير وسائل الدفع الالكترونية، كما لابد من توفير مناخ ملائم للتعامل بهذه الوسائل الحديثة و ذلك من خلال:

- تطوير القطاع المصرفي بصفة عامة و تحسين الخدمات المقدمة للزبائن و رفع الثقافة المصرفية في المجتمع الجزائري، و ذلك من أجل زيادة حجم المعاملات المالية داخل القطاع البنكي.

- تطوير شبكة بنكية عريضة تضم الجهات ذات الصلة و مرتبطة بالعالم ككل؛
- وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي من أجل تجسيد خطط للبدء في إدخال خدمات البنوك الالكترونية؛

---

[186] مهند سهاونة، إبراهيم الحسن،عبيد الرضوان، أسس تطبيق التجارة الالكترونية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، الأردن: دار الرضوان، 2003، ص 16.

- إعداد خطط لتدريب الموارد البشرية على الأنشطة المتعلقة بالبنوك الالكترونية؛
- تطوير قاعدة التكنولوجيا البنكية الجديدة في الإعلام و التجديد في التجهيزات، و تطبيق الأنظمة و البرامج العصرية حتى يكون الجهاز المصرفي الجزائري قادرا على مواكبة المنافسة في الأسواق الداخلية و الخارجية كما أن استخدام التكنولوجيا يزيد من سرعة التسويات و زيادة الشفافية، إذ يسمح بنشر كافة المعلومات الموجودة في أسرع وقت مما يزيد من ثقة المستثمرين في البنوك، كما أن المنافسة الدولية تتطلب وجود بيانات قابلة للمقارنة وفق معايير موحدة و هذا يتطلب بدوره جهدا لتطوير قواعد الشفافية؛
- إعداد و إنشاء قوانين و تشريعات من شأنها حماية البنوك الالكترونية و خدماته المصرفية بصفة عامة و خصوصا إذا تعلق الأمر بمشكلة الدفع الالكتروني و التوقيع الالكتروني الذي ما زال الشك يراود الزبائن بشأنه؛
- تحسين أداء الخدمات للزبائن و تنفيذ البنك لوعوده نحو الزبائن بدقة و تقديم الخدمة بصورة صحيحة، و الوفاء بتقديم الخدمة للزبون في المواعيد المحددة و الرد الفوري على استفساراته[187] .
- توفير المعلومات اللازمة عن وسائل الدفع الالكترونية المتوفرة و المتاحة في الجزائر عن طريق الإشهار بوسائل الإعلام المختلفة؛
- وضع إجراءات و آليات لاسترجاع الثقة بين الجهاز المصرفي و الزبائن؛
- توفير غطاء إعلامي للتحسيس حول كيفية استعمال وسائل الدفع الالكترونية؛
- توفير ضمانات لأمن استعمال هذه الوسائل من خلال الاعتماد على الخبرات الأجنبية الرائدة في الدفع الالكتروني من أجل تطوير هذا المجال؛

---

[187] معراج عرايبي، بارك نعيمة، أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي- الواقع و الآفاق، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الدوليالرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية إعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر –عرض تجارب دولية– المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011

خلاصة الفصل الثالث:

رغم كل المعطيات التي تكشف عن مدى الاهتمام النسبي الحكومي والمؤسساتي بمجال المعلوماتية، و الصيرفة الالكترونية، و مشروع الحكومة الالكترونية و غيرها من المشاريع التي تحتاج إليها التجارة الالكترونية في الجزائر، إلا أن هذه الأخيرة لم يتم الاهتمام بها و لم يتم الإعلان عن أي مشروع أو إستراتيجية وطنية مستقبلية خاصة بها، و هذا ما يوضح غياب إرادة حكومية لتطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر، و يبقى المناخ العام غير جاهز لهذا النوع من التجارة على كل المستويات. و يمكن تلخيص أهم التحديات التي تقف أمام ظهور و تطوير مختلف تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر فيما يلي:

- ضعف خدمات الانترنيت المقدمة للزبون الجزائري نظرا لاحتكار مؤسسة واحدة هي اتصالات الجزائر العمومية على هذا القطاع و غياب المنافسة ما لم يسمح بتطوير خدمات الانترنيت؛
- ضعف القدرة الشرائية للمواطنين الكفيلة بتزويدهم بالمعدات اللازمة للنفاذ إلى الشبكة العنكبوتية التي تعتبر المحرك الأساسي لتنشيط التجارة الالكترونية؛
- عدم وضوح البيئة القانونية و التشريعية للمعاملات الالكترونية في الجزائر؛
- ضعف تجهيز المؤسسات و الإدارات بالتجهيزات التكنولوجية من حواسب و شبكات الانترنيت و عدم إدماج التكنولوجيات الحديثة فيها؛
- تأخر تطبيق و إتمام تنفيذ مشروع الحكومة الالكترونية؛
- جهل فئة مهمة من المجتمع الجزائري لمزايا استعمال التكنولوجيات الحديثة و استخداماتها؛
- غياب المبادرات الوطنية الرامية إلى توفير أجهزة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وعلى وجه الخصوص الحاسبات، بأسعار وشروط ميسرة.
- ضعف كفاءة العنصر البشري و عدم قدرته على استخدام الأساليب و الأدوات المتطورة و هروب عدد هائل من خرجي الجامعات الجزائرية ذو مستوى تعليمي متميز إلى الخارج؛

- ضعف القطاع المصرفي سواء تعلق الأمر بالعمليات المصرفية التقليدية أم الحديثة، بالإضافة إلى غياب ثقافة مصرفية في المجتمع الجزائري و انعدام ثقته اتجاه هذا القطاع نظرا لرداءة الخدمات المقدمة إليه.
- النقص الواضح للمؤسسات الرسمية ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و ضعف البنية المؤسسية الحكومية؛
- غياب النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في المناطق الداخلية و المناطق الجنوبية و نقص اهتمام السلطات بهذه المناطق.

و بالتالي فإن تطبيق التجارة الالكترونية و استخدامها وتعزيز دورها في الجزائر يتطلب تضافر كل الجهود و على مستوى كل القطاعات و الهيئات، مع ضرورة ايجاد بنية تحتية متطورة للاتصالات ونظم جيدة لأدائها مع إرساء بيئة قانونية وتشريعية مناسبة لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين فيها، و وضع الخطط والبرامج الكفيلة للتحول نحو تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها وهي بذات الوقت دليل على وجود إمكانية كبيرة متاحة للجزائر فيما لو توفرت الإرادة الحكومية القوية.

الخاتمة العامة

تمثل التجارة الالكترونية إحدى مظاهر توظيف التقنية الرقمية في مجال الأعمال، و لذلك تشير التجارة الالكترونية إلى عمليات بيع و شراء المنتجات و تبادل المعلومات بين البائعين و المشترين من خلال شبكات الحاسبات الآلية و الانترنيت، و مع تطور هذه الأخيرة في نهاية القرن العشرين، تطورت معها الأنشطة الاقتصادية و تميزت باتجاه قوي نحو جعل الأسواق التجارية ذات صبغة عالمية، اعتمادا على التطور المذهل في الإمكانيات المبتكرة في الاتصالات الدولية و تكنولوجيا المعلومات.

و بسبب الانتشار السريع لظاهرة العولمة و انخفاض الفرص على مستوى الأسواق المحلية، أصبحت التجارة الالكترونية محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه، حيث ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، و تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري.

وقد ترتب على الخصائص المميزة للتجارة الالكترونية والزيادة في معدل مستخدمي الانترنيت إلى سرعة انتشارها بين العديد من المنتجين والمستهلكين و أحدث تطور في حجم التجارة الالكترونية على المستوى العالمي.

إن التوقعات التي كانت تشير إلى انتشار الاقتصاد المعلوماتي قد أصبحت حقيقة واضحة وأمراً واقعاً يعيشه العالم الآن بل أن هذا الواقع لم يعد يمارسه العالم المتقدم فقط بل امتدت أثاره وفرض وجوده ليمتد إلى باقي دول العالم النامية والتي تحاول أن تلحق بالركب وتثبت وجودها على خريطة العالم الاقتصادية. ويتضح من جانب آخر أن الدول النامية تنقصها الآليات التي يمكن من خلالها أن تعدل من تركيبتها الاقتصادية والاجتماعية لتحويلها إلى بيئة دولية جديدة تحكمها تطورات التجارة الإلكترونية.

و تحاول العديد من الدول متابعة المستجدات العالمية في مجال التجارة الالكترونية و كذا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما تعززه من متغيرات جديدة من خلال تطوير وتحديث اقتصادياتها لتواكب التطورات السريعة والمتلاحقة، وبدأت هذه الدول في إتباع إستراتيجيات متباينة، هذا التباين في الإستراتيجيات يظهر نتيجة للفجوة الرقمية الموجودة بين الدول.

و من خلال هذه الدراسة قمنا في الفصل الثاني بدراسة تجارب دولية مختلفة من أجل فهم أكثر لظاهرة التجارة الالكترونية، تحديد أولويات و متطلبات الإستراتيجيات المتبعة من قبل الدول، إبراز النتائج المحققة و كذلك التحديات التي تقف أمامها. فبالنسبة للدول النامية أصبحت التجارة

الإلكترونية ضرورة ملحة لزيادة إسهامها في التجارة العالمية وكذلك لتطوير قطاعاتها الإنتاجية الوطنية وإتاحة فرص متزايدة لرفع معدلات نموها الاقتصادي. وحتى يتحقق ذلك، لا بد من العمل على توفير متطلبات ومقومات التجارة الإلكترونية مع تذليل التحديات والعقبات للحاق بركب الاقتصاد اللاحدودي العالمي.

بالتالي لا بد أن نؤكد على أن الاندماج في مجال التجارة الإلكترونية لم يعد خياراً اقتصادياً فقط بل ضرورة لابد منها، وأن التأخير في وضع و تطبيق استراتيجيات متكاملة للتجارة الإلكترونية لا يؤدي فقط إلى التهميش الاقتصادي، وإنما إلى المزيد من التدهور والتنافس الاقتصادي بسبب تناقص نصيب صادرات البلاد من نسبة الصادرات العالمية.

و تعتبر الجزائر من الدول النامية التي أصبحت على وعي بضرورة إدخال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في جميع المجالات بما فيها الأعمال التجارية، خاصة و أن التجارة الالكترونية أصبحت في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة من أفراد و مؤسسات و إدارات. و لكن يعرف هذا المجال بطئ و تأخر ملحوظ نظرا لضعف جاهزية البيئة العامة للتجارة الالكترونية و عدم توفر البنية التحتية اللازمة لتبني مشروع التجارة الالكترونية من بنية تحتية رقمية، بشرية، مصرفية، تنظيمية و ثقافية، و لهذا، للإجابة على الإشكالية المطروحة: في ظل العوامل التي تؤثر على تطبيق التجارة الالكترونية و البيئة العامة لها في الجزائر، هل يمكن تبني مشروع التجارة الالكترونية ، و كيف يمكن التغلب على التحديات و العوائق التي تقف أمامها؟

فمن خلال دراسة البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر في الفصل الثالث، يمكن القول أن الجزائر في ظل الأوضاع الحالية غير مستعدة لتبني مشروع التجارة الالكترونية، نظرا للنقائص التي تعرفها على جميع المستويات.

لهذا أصبح من الضروري أن تنهض الجزائر عن سباتها لتلتحق بركب الدول السارية إلى التقدم و الدخول إلى التجارة الالكترونية و يكون هذا بإتباع أساليب حديثة بما يتلاءم مع الأوضاع و المتغيرات الجديدة في ظل نمو الأسواق الشاملة و التكتلات الاقتصادية . كما يجب على الجزائر أن تواجه العقبات التي تقف أمامها وترفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيات الاتصال، و تفتح المجال على مصراعيه للتجارة الالكترونية و أن تخطو خطوات مدروسة إلى الأمام ، لتساهم في فتح آفاق

واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى اختراق الأسواق العالمية، النهوض باقتصادها، تطوير إنتاجها و توجيهه للتصدير و البحث عن موارد مالية بديلة للموارد النفطية، و ذلك بوضع إستراتيجية وطنية للتجارة الالكترونية، مع التأكيد على أن القرارات المتخذة بشأن الإستراتيجية الوطنية للتجارة الالكترونية لا بد أن تتخذ على أعلى مستوى سياسي، و يتطلب ذلك إرادة حكومية قوية لضمان نشر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و كذا التجارة الالكترونية في الجزائر. و هذا ما حاولنا وضعه في الفصل الأخير من خلال رسم إستراتيجية وطنية للتجارة الالكترونية من خلال إسقاط نتائج الدراسة النظرية المتعلقة بمتطلبات التجارة الالكترونية و تجاربها على واقع الجزائر من أجل تحديد متطلباتها، مبادئها و الهيئات المسئولة عن تنفيذ هذه الإستراتيجية.

و على ضوء الدراسة التي تناولنا فيها موضوع التجارة الإلكترونية، تحدياتها و آفاقها في الجزائر وما تضمنتها من استعراض وتحليل لأوضاع الجزائر في هذا المجال، يمكننا اختبار صحة الفرضيات المطروحة و الخروج ببعض النتائج الهامة وكذلك أهم التوصيات المقترحة، كالآتي:

نتائج اختبار الفرضيات:

من خلال معالجة هذا الموضوع و من خلال النتائج المتوصل إليها، يمكننا اختبار صحة الفرضيات المطروحة فيما يلي:

1- بالنسبة للفرضية الأولى التي تعتبر التجارة الالكترونية جزء من الاقتصاد الالكتروني، و هي وسيلة حديثة لانجاز المعاملات التجارية المختلفة بطريقة إلكترونية، و قد لا تختلف التجارة الالكترونية عن التجارة التقليدية إلا في كيفية تنفيذ العمليات التجارية هذا ما يجعلها تخلق تحديات جديدة أبرزها التحديات المصرفية، التشريعية، الضريبية و الجمركية و غيرها. و توصلنا من خلال هذه الدراسة نفي هذه الفرضية، حيث أن التجارة الالكترونية تعتبر جزء من الاقتصاد الرقمي الذي يقوم على المعلوماتية والاتصالات، و هي لا تختلف عن التجارة التقليدية إلا في طريقة التنفيذ حيث أنها تشمل كافة الفعاليات المتعلقة بشراء أو بيع البضائع أو الخدمات من تسويق، بيع، تلبية الطلبات و خدمة الزبون مثل التجارة التقليدية ، و لكن لا يكمن الاختلاف فقط في طريقة التنفيذ بل يوجد اختلاف آخر بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية في كون هذه الأخيرة توفر فرصا و فوائد عديدة للموردين والعملاء و الدولة مثل

خيار عالمي، جودة أفضل، الاستجابة السريعة للحاجات، تخفيضات هائلة في الأسعار، خدمات و سلع جديدة و مبتكرة و غيرها من الفوائد لا توفرها التجارة التقليدية.

2 – بالنسبة للفرضية الثانية التي تشير إلى أن الفجوة الرقمية الموجودة بين الدول المتقدمة و الدول النامية قد تجعل هناك اختلاف في أولويات إستراتيجية التجارة الالكترونية بين الدول المتقدمة و الدول النامية، توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى إثبات صحة هذه الفرضية، حيث من خلال دراسة التجربة التونسية و التجربة الكندية توصلنا إلى أن أولوياتهما فيما يخص التجارة الالكترونية مختلفة و ذلك لأن كندا عند انتهاجها مشروع التجارة الالكترونية كانت تتمتع ببيئة جاهزة لتطبيق هذا المشروع و ذلك من حيث مختلف البنى التحتية الضرورية لذلك، و بالتالي ركزت إستراتيجيتها على معايير الأمن و قواعد السوق و الاستخدام الفعال للتجارة الالكترونية و كذلك تحقيق الفرص، أما بالنسبة لتونس فإن أولويات إستراتيجيتها هي توفير البنية التحتية التكنولوجية بالدرجة الأولى ثم التشريعية، التنظيمية و المالية، ذلك لأن تونس مثل الكثير من الدول النامية لا تتمتع ببيئة جاهزة لتطبيق التجارة الالكترونية و بالتالي تحقيق مشروع التجارة الالكترونية يعتبر صعبا بالنسبة لتونس نظرا للتحديات و العوائق التي تقف أمامها، هذا بالرغم من أنها تعتبر من الدول النامية التي حققت خطوة مهمة في هذا المجال.

و بالتالي يمكننا القول أن تجارب الدول المتقدمة في مجال التجارة الالكترونية تختلف عن الدول النامية و هذا نظرا للفجوة الرقمية الموجودة بين هذه الدول، كما أن متطلبات التجارة الالكترونية في الدولتين نفسها إلا أن أولويات الإستراتيجيتين تختلف بين الدول المتقدمة و الدول النامية.

3 –بالنسبة للفرضية الثالثة التي تنص أن تبني مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر يتوقف على البيئة العامة التي تنشأ فيها هذه التجارة، و لكن ربما أن هذا المشروع يبقى صعب التنفيذ و هذا نظرا للتأخير الذي تشهده الجزائر في مجال تكنولوجيا المعلومات و وسائل الدفع الالكترونية، و في تنفيذ مشروع الحكومة الالكترونية و كذا نقص القوانين التي تنظم جميع المعاملات الالكترونية، توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى إثبات صحة الفرضية، حيث من خلال دراسة البنية التحتية للتجارة الالكترونية توصلنا إلى أن الجزائر تسجل تأخر على مستوى كل المجالات و القطاعات التي تمس بطريقة مباشرة أو غير مباشرة التجارة الالكترونية، خاصة منها قطاع تكنولوجيا

المعلومات، القطاع المصرفي، المجال التشريعي و التنظيمي، الجانب البشري و كذلك ضعف ثقافة المجتمع الجزائري اتجاه مختلف استعمالات التكنولوجيات الحديثة، و بالتالي في الوقت الحالي من الصعب تطبيق مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر بمختلف أنواعها.

4 – بالنسبة للفرضية الرابعة التي تعتبر أن تبني مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر قد يتطلب بالدرجة الأولى إرادة حكومية قوية و ذلك من خلال وضع إستراتيجية وطنية لتطبيق التجارة الالكترونية و توفير جميع متطلباتها التحتية اللازمة لتطبيقها و التركيز على تحسيس كل الأعوان الاقتصاديين اتجاه هذا النوع من التجارة، توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى إثبات صحة الفرضية، لأن في الجزائر ما ينقصها بالدرجة الأولى هو ضعف أو ربما غياب إرادة الحكومة الجزائرية لتطبيق و تبني مشروع التجارة الالكترونية، و يظهر ذلك لنقص اهتمامها بتطوير القطاعات ذات العلاقة بهذا المشروع و نقص الدعاية و تحسيس المواطنين و المؤسسات و الإدارات اتجاه تطبيقات التجارة الالكترونية، و بالتالي إذا أرادت الحكومة فعلا تطوير هذا النوع من التجارة فيمكنها تحقيق ذلك من خلال وضع إستراتيجية وطنية للتجارة الالكترونية مثل ما قامت به العديد من الدول العربية كالأردن و تونس.

نتائج الدراسة:

1. إن التجارة الالكترونية حسب مفهومها تهدف إلى تعظيم حجم المعاملات التجارية بين المتعاملين باستعمال وسائل الاتصال الالكترونية المبتكرة التي تتماشى و هذه الوسائل، كما تهدف إلى تحسين إمكانية الوصول إلى معلومات أفضل عن الأسواق، و تقديم منتجات و خدمات تستوعبها هذه الأسواق، و لذلك تعتبر وسيلة متميزة و غير مسبوقة للوصول إلى أسواق العالم جميعها في وقت واحد و بأقل التكاليف لإشباع الرغبات و الحاجات.

2. تعد التجارة الإلكترونية من أهم نتائج تكنولوجيا المعلومات في عصر الاقتصاد الجديد أو ما يطلق عليه الاقتصاد الرقمي ، و بالتالي هناك ارتباط وثيق بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفر القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصالات بصفتها البنية التحتية الضرورية لها.

3. توفر التجارة الالكترونية فرصا و فوائد عديدة للموردين والعملاء و للدولة ككل، من حضور و خيار عالمي، وضع تنافسي أفضل، إلغاء سلاسل التوريد، خفض التكاليف، ربح الوقت و خلق مناصب شغل.

4. إن أنشطة التجارة الالكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها تثير العديد من التحديات القانونية للنظم القائمة، تتمحور في مجموعها حول أثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية و حول التعاقد الالكتروني وحجية التبادلات الالكترونية، و كذا المعاملات الضريبية و الجمركية.

5. إن دراسة تجارب دولية مختلفة يساعدنا على فهم أكثر لظاهرة التجارة الالكترونية، تحديد أولويات الإستراتيجيات المتبعة من قبل الدول، إبراز النتائج المحققة و كذلك التحديات التي تقف أمامها.

6. إن متطلبات التجارة الالكترونية في الدول تبقى نفسها إلا أن أولويات الإستراتجية تختلف بين الدول المتقدمة و الدول النامية و هذا الاختلاف في الأولويات يرجع بالدرجة الأولى إلى الفجوة الرقمية الموجودة بين الدول.

7. إن انتشار التجارة الإلكترونية ونموها وازدهارها خاصة في الدول النامية يتطلب توافر عدد من المتطلبات الضرورية لقيامها وأهمها: البنية التحتية الرقمية و النفاذ الشامل لها والمتمثلة في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من شبكات الاتصال وأجهزة الاتصالات والهواتف الثابتة والنقالة والحواسب الآلية وبرامج التطبيقات، وانتشار استخدام الإنترنت والحاسبات المضيفة ومزودي خدمات الإنترنت. إضافة إلى ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعاملات عبر شبكة الإنترنت. وكذلك أهمية توفر اليد العاملة المؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات، و وجود قطاع مصرفي متطور خاصة فيما يتعلق بوسائل الدفع الالكترونية.

8. هناك ضعف انتشار واستخدام تقنية المعلومات في الجزائر نتيجة لتدني نسبة الإنفاق على تقنية المعلومات من الناتج المحلي وغياب الاستثمارات المخصصة في قطاع تقنية المعلومات، و بالتالي ارتفاع تكاليف استعمال التكنولوجيا الحديثة من قبل المواطن الجزائري مقارنة بالدخل المتوسط الشهري له. وهذا كان له أثره في محدودية انتشار استخدام هذه التكنولوجيات وبالتالي انخفاض فرص الدخول إلى الإنترنت والتي تعد أهم وسيلة تقوم عليها التجارة الإلكترونية.

9. هناك افتقار إلى أسواق تنافسية في قطاع الاتصالات نتيجة لامتلاك واحتكار الحكومة تقديم هذه الخدمات، و بالتالي ضعف مؤشر الاتصالات، مثل عدد الخطوط الهاتفية الثابتة و عدد المشتركين في الانترنيت نظرا لارتفاع تكلفة الاتصال.

10. تعرف الجزائر غياب إرادة حكومية لتبني مشروع التجارة الالكترونية، و التأييد اللازم من

السلطات باعتبار امتلاكها القدرة على الدفع بهذا المشروع، وتذليل العقبات التي قد تواجهها.

11. تواجه الجزائر تحديات مهمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، ومن أبرز هذه التحديات عدم توفر البنى التحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية، ضعف الثقافة والوعي التقني والالكتروني بين عامة أفراد المجتمع، قصور الطاقات البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تطبيقات التجارة الإلكترونية، ضعف إمكانية وقدرات المؤسسات التجارية للتحول إلى الأنماط الإلكترونية، ضعف الدور الحكومي الرسمي لتهيئة قطاعات المجتمع للدخول في عصر تقنية المعلومات. إضافة إلى تحديات اجتماعية وثقافية . وعقبات تشريعية تتمثل في غياب الأنظمة والتشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

12. تحدد إستراتيجية التجارة الالكترونية رؤية واضحة لتطوير التجارة الالكترونية، من خلالها يجب التغلب على المصاعب و نقاط الضعف التي تعيق ظهور و تطوير التجارة الالكترونية في الوقت الحاضر و استغلال الفرص المتاحة. و تتميز هذه الإستراتيجية بمجال واسع و لها معطيات تتعلق بالتكنولوجيا، القانون، المالية، التكوين، التنظيم و غيرها من المجالات.

التوصيات:

بالرغم من وجود الكثير من العوائق و التحديات التي تقف أمام تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر، إلا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات واللحاق بركب الدول الأخرى في هذا المجال. ولكن لن يتحقق ذلك إلا بوضع وتفعيل استراتيجيات بعيدة ومتوسطة المدى لتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية. ومن أهم التوصيات التي ينبغي الاهتمام بها نذكر:

1. وضع خطة عمل للحد من اتساع الفجوة الرقمية والتكنولوجية بين الجزائر وغيرها من الدول، وتلبية المتطلبات الأساسية للتنمية التكنولوجية.

2. إنشاء مراكز وهيئات وطنية في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، ودعمها بالإمكانيات المادية والمعنوية بغرض تطوير القاعدة التكنولوجية والعلمية وتعزيز دور البحوث والتطوير في البلاد.

3. تبني سياسة التثقيف التكنولوجي واستخدام تقنية المعلومات بين أفراد المجتمع، وذلك من خلال برامج التدريب والتعليم في المؤسسات المهنية والإدارية، مع الاهتمام بنشر الوعي التقني في المؤسسات التعليمية والأكاديمية وتحديث مناهج التعليم بما يتناسب والبيئة التكنولوجية.

4. توجيه وتخصيص الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الأموال الأجنبية في مجال قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من خلال توفير بيئة مناسبة للمستثمرين.

5. تحرير قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات من الإدارة الحكومية وتبني سياسة تخصيص هذه

القطاعات في أسواق تنافسية حرة، وهذا في سبيل تطوير نوعية وجودة خدماتها بأسعار تنافسية.

6. سن التشريعات القانونية وتحديد الأطر التنظيمية بما يتماشى مع طبيعة التجارة الإلكترونية وأساليب تكوين العقود الإلكترونية، تعديل القوانين المتصلة بالشهر والتوثيق لتتلاءم مع التعاملات الإلكترونية وإنشاء جهة متخصصة لحفظ الوثائق الإلكترونية، وتعديل التشريعات الضريبية و الجمركية، استحداث التشريعات الخاصة بحماية المستهلك وتعديل قانون العقوبات و الإجراءات الجنائية، تعديل التشريعات المنظمة للمناقصات والمزايدات و التوريدات الحكومية لملائمة طبيعة التجارة، تعديل التشريعات المنظمة للملكية الفكرية وتلك المنظمة للنقود الرقمية والبنوك الإلكترونية.

7. تعزيز ودعم دور المصارف الجزائرية في المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال تسهيل إتمام وتحصيل المدفوعات والحفاظ على حقوق الأطراف المتعاملين، و الاهتمام بتطوير الصيرفة الالكترونية.

8. التعليم والتنمية البشرية وتوفير اليد العاملة الفنية المطلوبة للتطوير التكنولوجي، عقد دورات تدريبية وبرامج مكثفة بمشاركة القطاع الخاص والعام، توفير الحاسبات الآلية لطلاب الجامعات والمعاهد العليا، تطوير الأساليب العلمية بما يساعد على الإبداع والابتكار، إقامة المؤتمرات والندوات العلمية لمناقشة المستجدات التي تطرأ على نظام التجارة الإلكترونية، الربط بين المؤسسات العلمية والمراكز البحثية وحاجات المجتمع و المؤسسات، زيادة الإنفاق على الأبحاث والتطوير، الإطلاع على الدوريات العلمية المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات، زيادة الاستثمارات، عقد الاتفاقيات الثنائية مع الدول المتقدمة في هذا المجال للاستفادة بخبراتها في مجال التأهيل والتدريب، توسيع قواعد البيانات ومراكز المعلومات.

آفـاق الدراسة:

يمثل موضوع التجارة الالكترونية مجالا خصبا للكثير من البحوث المستقبلية خاصة في الجزائر، و ذلك نظرا لحداثة هذا الموضوع في بلادنا، و من خلال النتائج المتوصل إليها و التي لم نتمكن الوصول إليها، يمكننا اقتراح بعض المواضيع لبحوث مستقبلية:

- دراسة مقارنة بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية من حيث التكاليف و العائد على مستوى المؤسسات.
- دراسة مستوى ثقافة و إدراك المجتمع الجزائري اتجاه استعمالات تكنولوجيا المعلومات و التجارة الالكترونية.

- بناء نموذج قياسي رياضي لتقدير العائد من تطبيق التجارة الالكترونية على مستوى الدولة على المدى البعيد و المتوسط.
- دراسة تحدد دور كل قطاع في تنمية التجارة الالكترونية.
- دراسة لأساليب الترويج لمختلف تطبيقات التجارة الالكترونية.

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

1-الكتب

- أحمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، القاهرة: دار النهضة العربية، 1994.

- أحمد صادق القشيري، دراسة تحليلية لعقود التجارة الدولية، الطبعة الأولى، عمان: دار النهضة العربية، 2000.
- أبو بكر محمد الهوشي، الحكومة الالكترونية الواقع و الآفاق، القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006.
- ايهاب الدسوقي، الأبعاد الاقتصادية و المالية للتجارة الالكترونية مع التطبيق على مصر، القاهرة: أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، 2001.
- أمير فرج يوسف، التجارة الالكترونية، الإسكندرية: دار المطبوعات الجامعية، 2008.
- أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الانترنيت، مصر: دار النهضة العربية، 1998.

- ثابت إدريس، جمال الدين المرسي، التسويق المعاصر، مصر: الدار الجامعية بالإسكندرية، 2004.

- خالد مصطفى قاسم، دور آليات التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة العربية البينية، مصر: كلية الإدارة والتكنولوجيا، 2011.
- رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999.
- زياد خليف شداخ العنزي، المشكلات القانونية لعقود التجارة الالكترونية من حيث الإثبات و تحديد مكان و زمان العقد، عمان: دار وائل للنشر و التوزيع، 2010.
- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الالكترونية، الأردن:(بدون دار النشر)، 2005.
- السماتي سيف الدين، العمليات المصرفية الالكترونية و الإطار الإشرافي، عمان، الأردن: إتحاد المصارف العربية، إصدار خاص، 2004.
- طارق طه، التسويق بالإنترنيت و التجارة الالكترونية، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة،2007.
- عليوه السيد، التجارة الالكترونية و مهارات التسويق العلمي، القاهرة: دار الأمين للنشر و التوزيع، 2002.
- عبد الحميد بسيوني، التجارة الالكترونية، مصر: دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، 2003.
- عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، الإسكندرية: البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، نظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدنيا، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2002.
- فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية و تأمينها، مصر: هلا للنشر و التوزيع، 2001.
- فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الالكترونية: التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2006.
- فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي ، الإسكندرية: مؤسسة الشباب الجامعية، 2004.
- كاترين ل.مان، ترجمة الشحاة منصور، التجارة الالكترونية العالمية، القاهرة: مركز الأهرام للترجمة و النشر،2003.

- مصطفى يوسف كافي، التجارة الالكترونية، دمشق: دار و مؤسسة رسلان، 2010 .
- محمد أحمد أبو القاسم، التسويق عبر الانترنيت، القاهرة: دار الأمين للنشر و التوزيع، 2000.
- محمد إبراهيم محمود الشافعي ، النقود الإلكترونية ماهيتها، مخاطرها وتنظيمها القانوني، مصر: دار النهضة العربية، 2009.
- محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية و الالكترونية و الدولية و حماية المستهلك، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006.
- مدحت رمضان، جرائم الاعتداء على الأشخاص والإنترنت، القاهرة: دار النهضة العربية، 2000.
- محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الالكترونية، عمان: دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2005.
- مهند سهاونة، إبراهيم الحسن، عبيد الرضوان، أسس تطبيق التجارة الالكترونية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، الأردن: دار الرضوان، 2003.
- مهند سهاونة، التجارة الالكترونية: التجربة الأردنية، عمان، الأردن: الجمعية العلمية الملكية، 2002.
- محمد عبد حسين الطاني، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، عمان: دار الثقافة، 2010.
- نهلة احمد قنديل، التجارة الالكترونية، رؤية تسويقية، مصر: (بدون دار النشر)، 2005.
- نادر عبد العزيز شافي، المصارف و النقود الالكترونية، لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب، 2007.
- ناصر خليل، التجارة و التسويق الالكتروني، الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع، 2009.
- نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية "الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات"،المملكة العربية السعودية: دار المريخ، 2004.
- هدى حامد قشقوش، جرائم الحاسب الالكتروني في التشريع المقارن، القاهرة: دار النهضة العربية، 1992.

- هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية عبر الانترنيت، القاهرة: دار النهضة العربية، 2000.

2-الجرائد ، المجلات و التقارير:

- خليفي عيسى و آخرون، اندماج اقتصاديات البلدان العربية في اقتصاد المعرفة، المقومات و العوائق، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، العدد 04، 2006.
- سهير حجازي، التهديدات الإجرامية للتجارة الالكترونية، شرطة دبي، دولة الإمارات العربية، مركز البحوث و الدراسات، العدد 91.
- الداوي الشيخ ، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة ، الجزائر، مجلة علوم الاقتصاد و التسيير و التجارة، عدد 17-03- 2008.
- العمري محمد علي، مظاهر الثورة الرقمية و نتائجها، مجلة aclamonline ، العدد 26، نوفمبر- ديسمبر 2005.
- صاحي عثمان، الدول العربية ضمن الدول الفقيرة معلوماتيا، جريدة الشرق العربي الأوسط، العدد 2573، 2005
- سلمون زهير، عصرنة الخدمات البريدية ، مجلة ساعي البريد ، الجزائر: بريد الجزائر، رقم 09، مارس 2004.
- علاء نقشبندي، التوقيع الالكتروني خطوة للأمام، جريدة الإتحاد الإماراتية، ليوم 2001/08/21
- عبيدلي العبيدلي، ردم الفجوة الرقمية ليست مسألة تقنية، صحيفة الوسط البحرينية، العدد 345 الأحد 17 أغسطس 2003، ص 14.
- عز الدين كامل أمين مصطفى، الصيرفة الإلكترونية، مجلة المصرفي، العدد 26، بنك السودان، 2001.
- عبادة احمد عبادة، التدمير المتعمد لأنظمة المعلومات الالكترونية، دبي: مركز البحوث و الدراسات، 1999.

- المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي ، إشكالية إصلاح المنظومة المصرفية، عناصر من أجل فتح نقاش اجتماعي، نوفمبر 2000.
- محمد منصف تطار، النظام المصرفي الجزائري و الصيرفة الالكترونية، جامعة بسكرة، مجلة العلوم الإنسانية، العدد رقم 02، جوان 2002.
- محمد بن إبراهيم التويجري، زين الدين محمد عبد الهادي، الحكومة الالكترونية في الوطن العربي، التقرير السنوي للمنظمة العربية للتنمية الإدارية لعام 2005، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005.
- يوسف محمد جربوع، المعاملة الضريبية للتجارة الالكترونية، مجلة الدراسات المالية و التجارية، كلية التجارة – بني يوسف، جامعة القاهرة، العدد الثاني، أكتوبر 1999.
- مراجعة نقدية لمشروعي قانوني المبادلات و التجارة الالكترونية و تنظيم التوقيعات الالكترونية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني، مارس 2009.
- نيفين السعيد، هل نقول وداعا للتجارة التقليدية؟، الكويت، مجلة المستثمرون، العدد 52 الصادر في 2006/09/19.
- يونس عرب، منازعات التجارة الالكترونية، الاختصاص و القانون الواجب التطبيق و طرق التقاضي البديلة، لبنان، ورقة عمل مقدمة أمام الحلقة القانونية المنظمة من قبل الاسكوا و جمعية إنماء المعلوماتية القانونية اللبنانية ضمن أعمال مؤتمر التجارة الالكترونية، 2000.
- يونس عرب، التجارة الالكترونية، الأردن، مجلة البنوك، مجلد 18، العدد 9، 1999.
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، ضمان الاستثمار، نشرة فصلية، العدد الثاني، السنة الرابعة و العشرون، 2006
.

3-المؤتمرات و الملتقيات

- بن عزة محمد أمين، زوهري جليلة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكترونية، دراسة حالة البنك الجزائري للتنمية الريفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011.

- بن باير الحبيب، بن كاملة محمد عبد العزيز، عصرنة وسائل الدفع، مدخل لتطوير الأداء و الفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر– عرض تجارب دولية–، المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011.
- فاتح مجاهدي، الاقتصاد الرقمي و متطلباته، الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف ، الجزائر يومي 04 و 05– 12– 2007،.
- سعيدة بو سعدة، البنية التحتية المعلوماتية و مدى جاهزيتها لتنشيط التجارة الالكترونية في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر– عرض تجارب دولية–، المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011.
- عابد بن عابد العبدلي، التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية: الواقع، التحديات، الآمال، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
- عجيلة محمد، غزيل محمد مولود، ملامح التجارة الالكترونية في الجزائر، مشاكلها و حلولها المقترحة، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية إعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر–عرض تجارب دولية– المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011.
- عروب عتيقة، فنيش خديجة، "Etats des lieux du e-commerce en Algérie et perspectives"، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية إعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر–عرض تجارب دولية– المركز الجامعي خميس مليانة، 26–27 أفريل 2011.
- عاقلي فضيلة، الإطار القانوني للتجارة الالكترونية و واقع استخدامها في الدول العربية (حالة الجزائر)، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية

اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر – عرض تجارب دولية، معهد العلوم الاقتصادية ، خميس مليانة

- عماد أبو عمد، تبني إدارة المعرفة في القطاع الحكومي في دول الخليج، المؤتمر السنوي الثالث عشر، 3-5 أفريل 2007.
- كريم العريبي، ندوة تشريعات التجارة الالكترونية و دورها في دعم و تنمية الصناعة العربية، تونس، وزارة التجارة، أفريل 2006.
- محمد السيد عرفة، التجارة الدولية الالكترونية عبر الانترنيت، مفهومها، و القاعدة القانونية التي تحكمها، و مدى حجية المخرجات في الإثبات، مؤتمر القانون و الكمبيوتر و الانترنيت، كلية الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، الفترة من 1 إلى 3 مايو 2000.
- معراج عرايبي، بارك نعيمة، أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي- الواقع و الآفاق، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011.
- محمد المرسي زهرة ، الدليل الكتابي و حجية مخرجات الكمبيوتر في الإثبات في المواد المدنية و التجارية، مؤتمر القانون و الكمبيوتر و الانترنيت، جامعة الإمارات العربية، 2000.
- مليكة رغيب ، حياة نجاز، النظام البنكي الجزائري، تشخيص الواقع وتحديات المستقبل، أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية، الواقع والتحديات، جامعة الشلف يومي 14 و 15 ديسمبر 2004.
- نصر الدين سمار، إلياس بن سياسي، "محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر"، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة، الجزائر، 15-16-17 مارس 2004.

4-رسائل الدكتوراه و الماجستير:

- بختي إبراهيم، دور الانترنيت و تطبيقاته في مجال التسويق – دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002.
- محمد سليمان عواد، تطوير إستراتيجية لتبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات الأردنية، أطروحة دكتوراه في التسويق، كلية العلوم الإدارية و المالية العليا، عمان، 2003.
- عبده نعمان شريف،الحكومة الالكترونية كإستراتيجية لإعادة صياغة دور الدولة و وظائف مؤسساتها، الواقع و التحديات، حالة دول مجلس التعاون الخليجي، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة أعمال،جامعة الجزائر، 2008–2009.
- نبيل طاهر صالح الصهيبي، تنفيذ الحكومة الالكترونية في الجمهورية اليمنية، تقييم تجريبي عن مدى الاستعداد التنظيمي و التقني، رسالة دكتوراه منشورة، مقدمة لقسم الإدارة التنظيمية بجامعة كابلا بالولايات المتحدة الأمريكية، صنعاء، دار عبادي للنشر،2008.
- عايص راشد عايص المرى ، مدى حجية الوسائل التكنولوجية الحديثة في إثبات العقود التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1998.
- سامي حسن موسى حمد، قضايا و تحديات التجارة الالكترونية في الأردن، أطروحة ماجستير في علم الاقتصاد ، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة اليرموك، الأردن، 2004.
- بوالفون هارون، التجارة الالكترونية و ضرورة اعتمادها في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة بن يوسف بن خذة، كلية العلوم الاقتصادية، 2008–2009.
- نسرين كركوتلي، اقتصاديات التجارة الالكترونية و جدوى التطبيق في سوريا، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، دمشق، 2008.

5– المراجع الالكترونية:

- خديجة حمودة الغرياني، الإستراتيجية و الأفاق في مجال الإدارة الالكترونية: نظرة شاملة لبرنامج الإدارة الالكترونية، المطلع عليها في 18 مارس 2010 على الساعة 16:23 http://www.slidefinder.net/arabic_(ar)/p14

- مجلة الرقمي الجزيرة، الحكومة الالكترونية و أهدافها، العدد 159، المطلع عليها في 23 أبريل 2006 على الساعة 00 :10.
http://www.al-jazirah.com.sa/digimag/23042006/hasebat4.htm
- صراع على سلطة الانترنت في تونس بين المدونين والرقابة، شبكة الحوارنت الإعلامية، المطلع عليه في 2010-05-17 على الساعة : 19:17
http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5569403,00.html
- ميدل إيست أونلاين، تونس الأولى إفريقيا في تكنولوجيا المعلومات، المطلع عليه في 11-11-2010 على الساعة 09:16 http://www.middle-east-online.com/?id=90969
- بوابة الوزارة الأولى، تونس،الإدارة الإلكترونيّة في تونس: في خصوص مؤسّسات المساندة الفنيّة، المطلع عليه في 2011-01-07 على الساعة 16:42
http://www.pm.gov.tn/pm/article/article.php?id=28&lang=ar
- ويكيبديا، الموسوعة الحرة، الوكالة التونسية للانترنيت، المطلع عليه في 07_01_2011 على الساعة 17:55 http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%88%
- بوابة الوزارة الأولى،الإدارة الإلكترونيّة في تونس: أهمّ خدمات الإدارة الإلكترونيّة: الإضبارة الوحيـدة: إجراءات التّجارة الخارجيّة، المطلع عليه في 21-11-2010 على الساعة 18:44
http://www.pm.gov.tn/pm/article/article.php?id=36&lang=ar
- ياسين بن شيخة، منتدى الأعمال الفلسطيني، التجارة الإلكترونية في تونس ترتفع إلى 26 مليون دولار في 3 أشهر، المطلع عليه في الثلاثاء 1 يونيو 2010 على الساعة 09:11
http://www.alrroya.com/node/79094
- خميس بن بريّك، التجارة الالكترونية في تونس تسير بخطى بطيئة، WMC عربي، المطلع عليه في 07_01_2011 على الساعة 19:08
http://ar.webmanagercenter.com/management/article-545
- المملكة العربية السعودية، وزارة التجارة والصناعة بالمملكة العربية السعودية ، اللجنة الدائمة للتجارة الإلكترونية ، الإطار العام لخطة عمل التجارة الالكترونية، 1431هـ - 2010، مطلع عليه في 18 مارس 2011، الساعة 17:46
ttp://www.mci.gov.sa/ecomm/plan.asp

- الصندوق الاستئماني التابع لوزارة التنمية الدولية بالمملكة المتحدة والبنك الدولي ومجموعة K&Sالمشروعات الأخيرة: واجز تنفيذي، سياسات التعلّم والتدريب المستمرين مدى الحياة في بلدان أمريكا اللاتينية، مطلع عليه في 22 جوان 2010 على الساعة 15:35، http://www.bing.com/search?q=siteresources.worldbank.org%2F
- المنتدى العربي للإدارة و الموارد البشرية، محمد أحمد إسماعيل، مراكز تدريب لتنمية الموارد البشرية، المطلع عليه في 11-12-2010 على الساعة 08:10 http://www.hrdiscussion.com/hr1465.html
- موقع آل الحكيم، حسن المحمداوي، هجرة الكفاءات بين الماضي والحاضر، العراق، المطلع عليه في 21-12-2010 على الساعة 07:13

  http://www.alhakeem-iraq.net/index.php?id=58
- البوابة القانونية، شركة خدمات المعلومات التشريعية و معلومات التنمية، فؤاد جمال عبد القادر، إطلالة على مشروع قانون التجارة الالكترونية، شركة خدمات المعلومات التشريعية و معلومات التنمية، المطلع عليه في 21-12-2010 على الساعة 06:54 http://www.tashreaat.com/view_studies2.asp?id=618&std_id=93
- منتدى قانون الإمارات، جرائم الانترنت، الوجه القبيح للتكنولوجيا، المطلع عليها في 22-12-2010 على الساعة 9:22

  http://www.theuaelaw.com/vb/showthread.php?p=235
- *مصطفى دالع، الإدارة الالكترونية في الجزائر، المطلع عليه في 21 ديسمبر 2011 على* الساعة 15:31، http://dalaam.maktoobblog.com
- تقنية المعلومات، التجارة الالكترونية: تقنية المعلومات للتجارة الالكترونية، المطلع عليه في 12-12-2010 على الساعة 07:13

  http://www.it4h.com/forum/t165.htm
- خلادي عبد القادر ، كويسي سليمة، تكنولوجيات المعلومات و الاتصال في الجزائر: وضعية و آفاق، اجتماع الخبراء الإقليمي حول معيقات النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الدول العربية، المطلع عليه في 25 جويلية 2010 على الساعة 05:46 http://www.postelecom.dz/psympoara.htm

- تكنولوجيا المعلومات في الجزائر، شبكة الصحافة العربية، المطلع عليها في 28 أكتوبر 2008 على الساعة 07:04 http://www.akhbar-libya.com/index.php?option=com_content&task=view&id=12418&Itemid=98
- بوابة المواطن، شبكة الهاتف الثابت، المطلع عليه في 01-03-20112 على الساعة 05:32 http://www.elmouwatin.dz/ar/spip.php?article1055
- اتصالات الجزائر، مطلع عليه في 2010-09-26 على الساعة 06:04، http://www.algerietelecom.dz/AR/?p=chiffres
- عبد المالك حداد، الشهاب ، واقع قطاع تكنولوجيات الإعلام و الاتصال الحديثة في الجزائر،02-03-2011، الساعة 18:42، http://www.chihab.net/index.php
- عبيدلي العبيدلي، دول الخليج وأحلام يقظة الاقتصاد الرقمي، يومية الوسط، العدد 338 الأحد 10 أغسطس 2010.

  http://www.alwasatnews.com/338/news/read/341496/1.html
- سفيان بوعياد، سليم بن عبد الرحمان، سياسة الحكومة بقيت حبيسة أدراج اتصالات الجزائر، جريدة الخبر، الأربعاء 08 نوفمبر 2012، المطلع عليه في 02-12-2012 على الساعة 10:44

  http://www.elkhabar.com/ar/autres/dossiers/298233.html
- مهدي إدير، الجزائر حكومة إلكترونية بحلول العام 2013 07/04/2009 ، مطلع عليه في 19 جانفي 2012، على الساعة 05:17،

  http://www.menassat.com/?q=ar/alerts/6319-2013
- *مصطفى دالع،* واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مطلع عليه في 12 فيفري 2010، الساعة 11:54 http://dalaam.maktoobblog.com
- مغاربية، أنباء وآراء المغرب الكبير، الجزائر تعتزم اعتماد قانون لمكافحة الجريمة عبر الانترنيت، مطلع عليه في 24 ماي 2011 على الساعة 06:37 2008/02/17http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/newsbriefs/general/2008/02/17/newsbrief-03
- مخاطر الاقتصاد الرقمي على أعمال البنوك التجارية مع إشارة خاصة لحالة الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف ،الملتقى الدولي الثاني: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، 15 ديسمبر 2011، الساعة 17:22، http://www.univ-chlef.dz/s%E9minair%20chlef/Home_fichiers/Index.htm

- ايت زيان كمال ، د.حورية ايت زيان، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر، المطلع عليه في 22 ماي 2010 على الساعة 10:02
http://www.djelfa.info/vb/archive/index.php/t-291581.html
- الإستراتيجية العربية للاتصالات والمعلومات، بناء مجتمع المعلومات، 2007- 2015، المطلع عليه في 16 أوت 2009 على الساعة 11:17
http://www.aticm.org.eg/admin/Farek_pal/ARABSTARATEGYDRAFT4-2811incl%20all%20Comments.doc

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

1- الكتب، التقارير و الرسائل:

- B.Mokhtaria, Le secteur de la Poste et des Technologies de l'information et de la communication : Des progrès à confirmer, Le Quotidien d'Oran, mardi 24 octobre 2006, p 04.

- Bank for International settlements (BIS), "Implication for central banks of the development of electronic money, Basle, 1996.

- Bulletin trimestriel de SATIM , Avril 2010.

- European Central Bank, "Report on Electronic Money", Frankfurt, Germany, August 1998.

- European Commission (1998), "Proposal for European Parliament and Council Directives on the taking up, the pursuit and the prudential supervision of the business of electronic money institution", Brussels, 1998,

- Francis Merlin, B2B stratégie de communication, Paris : deuxième édition, édition d'organisation, 2001.

- Khaled Ben Ali, Apport et stratégie d'application du commerce électronique dans les entreprises hôtelières – cas de la Tunisie- thèse de doctorat présenté à la faculté des sciences économiques et sociales, université de Fribourg, Suisse, 2008.
- Rapport national sur le développement humain, Algérie 2008. Réalisé par le Conseil National Économique et Social CNES en coopération avec le Programme des Nations Unies pour le développement PNUD, 2009.

2- المراجع الالكترونية:

- le journal du net, Canada : nombre d'internautes (en millions), consulté le 11- 01-2013 à 11:08, http://www.journaldunet.com/cc/01_internautes/inter_nbr_us.shtml

- Ipsos-Insight, The Face of the Web, janvier 2004,consulté le 26/01/2011 à 19 :10, , www.ipsos-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=2024

- La place du français dans Internet, Complément d'information et hyperliens, consulté le 23/01/2011 à 13 :02 http://www.radio-canada.ca/branche/v3/55/internet_i.html
- Statistique Canada, le Quotidien , Commerce électronique et technologie**,** Le jeudi 24 avril 2008 , consulté le 23 -02-2011 à 07 :24

  http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/080424/dq080424a-fra.htm −
- L'Économie numérique au Canada , Industrie Canada , Date de modification 2009-03-10, consulté le 27/01/2011 à 04 :54, http://www.ic.gc.ca/eic/site/ecic-ceac.nsf/fra/gv00501.html
- Statistique Canada, Le Quotidien Le lundi 27 septembre 2010 Internet, Date de modification 2010-09-27 , consulté le 27/01/2011 à 05 :23 http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/100927/dq100927a-fra.htm
- Le journal du net, chiffres clés e commerce ,France : les sites marchands, consulté le 14/06/2010 à 15 :26, http://www.journaldunet.com/cc/04_ecommerce/ecom_marchands_fr
- **Adel** Ben Hassine**,** « Les enjeux de la diffusion des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication en Tunisie », *Cahiers de la Méditerranée* [En ligne], 76 | 2008, mis en ligne le 06 mars 2009, Consulté le 10 novembre 2010 à 18 :43, http://cdlm.revues.org/index4332.html
- Rapport sur le commerce électronique et le développement , 2003, Établi par le Secrétariat de la CNUCED, Nations Unies, New York et Genève, 2003, consulté le 20-08-2011 à 17 :42 http://www.unctad.org/ecommerce
- Economy Watch, United States USA Telephone Statistics: Number of Fixed Lines, Mobile Phone Penetration Rate, , consulté le 07-01-2011 à 22:05, sttp://www.economywatch.com/economic-statistics/Bangladesh/Telephone_Statistics/
- **:** ITU World telecommunication / ICT indicators database, consulté le 23-01 - 2013 à 19 :45 http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE/Indicators/Indicators.aspx

- Internet World Stats, World Internet Users and Population Stats, , consulté le 15-12-2010 à 17:15 http://www.internetworldstats.com/stats.htm
- Abdelaziz S. Doukkali, Quelles opportunités de développement pour l'Afrique, ICT International UNECA, consulté le 11-01-2011 à 07 :50 www.uneca.org/disd/events strategy/Commerce%20Electronique.ppt

- Les télécommunications en Thaïlande, NECTEC, consulté le 2010-12-05 à 07:05 http://www.itu.int/itunews/manager/display.asp?lang=fr&year=2008&issue=07&ipage=20&ext=html
- Enlaces Program – Chile Stockholm Challenge 2010,consulté le 19-06_2010 à 06:24 http://www.stockholmchallenge.org/project/2010/ enlaces-program-chile
- www.algerietelecom.dz, consulté le 23-04-2009 à 07 :41
- www.eepad.dz, consulté le 23-04-2009 à 06 :51
- Abderrezak Henni, Le développement des TIC en Algérie, *TUNIS le 28 & 29 Mai 2008,* consulté le 28-02-2011 à 18 :29 www.docpdf.org/other/abderrazak-ppt-page1.html
- Algérie Telecom, consulté le 15-09-2012 à 05 :41, http://algerie-telecom.blogspot.com/2012/01/algerie-telecom-prix-de-linternet-athir.html
- Perspective monde, École de politique appliquée, Lignes téléphoniques (par 100 habitants) en Algérie, consulté le 6 janvier 2013 à 15 :38 http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays=DZA&codeStat=IT.MLT.MAIN.P2&codeStat2=x
- Ahmed Hadjar, Sid Ahmed Melilani, Le Marché des NTIC en Algérie, Potentiels et Perspectives, Afac Developement, consulté le 15-04-2012 à 21 :12, http://www.afac-d.org/NTIC_ pdf
- YASMINE BOUCHÈNE, Combien de sites algériens compte le web ? consulté le 26-01-2013 à 21 :17 http://www.jam-mag.com/combien-de-sites-algeriens-compte-le-web/
- liste des indicateurs TIC de la société de l'information en Algerie,Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD) Décembre 2008, consulté le 21-04-2012 à 18 :41 http://www.mptic.dz/fr/?Indicateurs-TIC,15
- Vingt-trois fournisseurs d'accès à Internet actifs en Algérie, Edition Française, No 159, 2 juin 2011, consulté le 23-05-2012 à 21 :12 HTTP://WWW.BALANCINGACT-FRICA.COM/NEWS/FR/EDITION-FRAN-AISE-2/159/ACTUALIT-S-INTERNET/VINGT-TROIS-FOURNISS/FR
- Internet World Stats, World Internet Users and Population Stats, consulté le 20-02-2013 à 18:32 http://www.internetworldstats.com/stats.htm
- Oussama nadjib, La 3G a permis au Maroc de creuser l'écart avec l'Algérie, consulté le 07 OCTOBRE 2011 à 08:39 http://maghrebemergent.com/high-tech/66-telecom/5577-tic-la-3g-a-permis-au-maroc-de-creuser-lecart-avec-lalgerie.html

- International telecommunication union :World telecommunication, ICT Indicator Database 2009 online in Jan 2010, consulté le 23-03-2012 à 17:22 http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/
- Politique Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication ,é-Algérie ,consulté à 19 :36, le 14-05-2012 http://www.google.dz/url?sa=t&rct=j&q=pr%C3%A9sentation%20politique%Presentation.ppt&ei
- Les Algériens toujours aussi réticents, Paiement électronique en Algérie ,20 septembre 2010, consulté le 11-04-2011à 11 :04, http://bencheneb.centerblog.net/1-système de payement et monetique developpement et modernisation en Algérie
- Le CPA et la monétique, Cartes bancaires du CPA, consulté le 20-09-2011 à 05 :06, http://www.cpa-bank.dz/?p=cpa_monnaie
- Perspective en matière de monétique, 10 millions de cartes bancaires en circulation, des cartes visa et master aussi http://www lesoirdalgerie .com/articles/17/02/2008/article php ? Sid =645768 cid=2
- Le cash garde la cote en Algérie : Le paiement électronique peine à faire recette, journal El Watan, consulté le 4 avril 2011 à 10 :32 http://aksk800.blogspot.com/2011/04/le-cash-garde-la-cote-en-algerie-le.html
- La vérité sur le taux de chômage en Algérie, mardi 15 février 2011, consulté le 26 -04-2011 à 15 :24 http://www.algerie-dz.com/article19208.html